UNIVERSIDAD
POPULAR DEL CESAR

CICI | CENTRO DE INVESTIGACIONES Y CAPACITACIONES INTERDISCIPLINARES

RESILIENCIA

DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID-19

ISBN: 978-958-53117-7-0

DEPOSITO DIGITAL: 014168

EDITORIAL UNICESAR

EDITORIAL CENTRO DE INVESTIGACIONES Y CAPACITACIONES INTERDISCIPLINARES SAS - CICI

R E S I L I E N C I A

DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID-19

RESILIENCIA DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID-19

Aguachica, Cesar

Primera edición
Noviembre 2021

I.S.B.N.: 978-958-53117-7-0
Depósito Digital: 014168

Compiladoras
Catalina Suárez Marín
Erimar Bracho Colina

Corrector de estilo
Uuzaji.co
Onell Arturo Ospino Achury

Diseño cubierta y diagramación
Uuzaji.co
Lilia Álvarez Molina

AUTORIDADES ACADÉMICAS:

Alberto Luis Cuello Mendoza
Rector (e) universidad popular del cesar
Francisco García Payares
Vicerrector académico
Yerli Cristancho Portillo
Vicerrector seccional
Álvaro Luis Castilla Fragoso
Vicerrector administrativo
Jacqueline Chávez Galvis
Director (a) académica
Álvaro Enrique Restrepo Domínguez
Subdirector Centro Agroempresarial Sena Aguachica

COMITÉ EDITORIAL Y CIENTÍFICO

Alain Fitzgerard Castro Alfaro
Director y Fundador del Centro de Investigaciones y Capacitaciones Interdisciplinares SAS - CICI
Enrique Fernando Zabos Pouler
Miembro del Instituto Argentino de Ejecutivo de Finanzas (IAEF)
Erimar Carolina Bracho Colina
Dra. en Ciencias Gerenciales, Docente Tiempo Completo Universidad Popular del Cesar Aguachica
Catalina Suarez Marín
Docente Tiempo Completo de la Universidad Popular del Cesar Seccional Aguachica
José Gregorio Jorge García
Coordinador de Investigación Universidad Popular del Cesar Seccional Aguachica
Yiceth Alejandra González duarte
Directora de Departamento de Ciencias Administrativas
Luis Hernando Restrepo Sierra
Director de departamento de Ciencias Económicas
Miguel Antonio Piñerez Flórez

Director de ciencias contables
José Yener Camargo Obregón
Dinamizador SENOVA Centro de Agroempresarial SENA Aguachica
Jazmín Hernández Álvarez
Docente Tiempo Completo Universidad Popular del Cesar Aguachica
Mary luz Núñez sierra
Docente Tiempo Completo Universidad Popular del Cesar

CONTENIDO

APUESTAS PRODUCTIVAS EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR 11

HUMANISMO DIGITAL COMO CULTURA ORGANIZACIONAL EN LAS MICROEMPRESAS DE VALLEDUPAR DIGITAL 35

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO DE EMPRENDIMIENTO EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR 63

ECONOMIA RUSA EN TIEMPOS DE PANDEMIA: PROBLEMAS Y PERSPECTIVAS DE DESARROLLO 92

APROXIMACIÓN PRELIMINAR A ESTUDIOS DE INTERCULTURALIDAD Y EL EFECTO TECHO DE CRISTAL, ENSAYO 106

INNOVACIÓN SOCIAL EN COLOMBIA: ESTADO, EMPRESA Y SOCIEDAD 115

SALARIO EMOCIONAL COMO SOPORTE DINAMIZADOR EN LAS EMPRESAS PROMOTORAS DE SALUD EN VALLEDUPAR. 138

AUTORES

DE ARTÍCULOS

Gioryi López Vega

Juan de Jesús Pacheco Díaz

Oscar Palomino Fragozo

Sindy Paola López Pabón

Aurey Elena Pinto Arzuaga

Daniela Karina Núñez Arrieta

Martha Lucia Mendoza Castro

Lina Fernanda Ortiz Perafan

Darwin Ortiz Cerchar

Jhoemir Pastrana Galván

Rubby Stella Rodriguez Rincon

Jonathan Montes Ávila

Carlos Alberto Pacheco Sánchez

Bielka Valentina Meléndez Torres

Juan Manuel Molina García

Johanis Lineth Payares Simanca

DOS PARES

ACADÉMICOS CIEGOS

INTRODUCCIÓN

¿Qué es la resiliencia? Es un concepto propuesto inicialmente en el campo de la ecología por Holling (1973), el cual ha sido usado en distintas áreas de estudios como son la psicología, la física de materiales, la ingeniería, la sociología, la economía, entre otros (Brand & Jax, 2007).

Por consiguiente, en las discusiones generadas sobre los factores que posibilitan el desarrollo territorial, la resiliencia se ha incorporado como una variable cuyos efectos pueden ser cruciales al momento de evaluar el impacto que tiene un evento adverso sobre un territorio. Este es un concepto muy relacionado con la capacidad de adaptación, la vulnerabilidad y la sostenibilidad de los sistemas. Al ser un concepto multidimensional enfocarnos en la resiliencia económica es útil para describir las capacidades económicas que le permiten a una región resistir y adaptarse ante las fuerzas de cambio no voluntarias. El coronavirus como fuerza externa desestabilizadora de la economía colombiana y su resiliencia en el primer trimestre de 2021.

Es necesario detallar como está constituida la economía de determinado territorio para analizar la capacidad de resiliencia ante situaciones ajenas al contexto, en el caso de Colombia la

economía está constituida por sectores de producción, o lo que es lo mismo, los sectores de actividad económica, estos establecen una clasificación de la economía en función del tipo de proceso productivo que lo caracteriza. “Según lo anterior, existen fundamentalmente tres sectores productivos, los cuales se subdividen en otras ramas de la producción; estos son: el sector primario (agrícola), el sector secundario (industrial) y el sector terciario (prestación de servicios). Sin embargo, según el tipo de actividad económica, de estos tres sectores se pasa a nueve (tres de los cuales son estos ya mencionados). Los seis sectores “nuevos” son: el sector del transporte, el sector financiero, el sector de comercio, el sector de la construcción, el sector minero y energético y el sector de las comunicaciones. De cada uno de estos sectores económicos se derivan diferentes actividades, que son especializadas e independientes entre sí.

Según DANE 2021, la coyuntura que hemos estado viviendo remite a todos los ámbitos de la existencia. Las dinámicas económicas, como se ha venido viendo, no son estáticas; bien entendidas, están vinculadas inseparablemente a las interacciones sociales que ordenan las formas en las que nos podemos organizar para convivir. Sin embargo, como todo país, Colombia tiene sus particularidades. En consideración con la actual crisis de la pandemia del Covid-19 que ha azotado a nuestro país, la situación económica no ha sido distinta, en términos de afectación, que la de otros países. Saturación sanitaria, reclusiones restrictivas y distanciamiento; disminución de la producción y la demanda junto con pérdidas de empleos; aumento de la pobreza y la miseria; violencias de todo tipo, abuso de la autoridad y la legitimidad para ejercer la fuerza junto con la pérdida de credibilidad institucional, etc., son algunas de las muestras objetivas de que nuestras formas de interacción social y económicas se han distorsionado.

APUESTAS PRODUCTIVAS EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR

Gioryi López Vega
glvega@unicesar.edu.co

Juan de Jesús Pacheco Díaz
jdpacheco@unicesar.edu.co

Oscar Palomino Fragozo
oscarpalominofragozo0512@gmail.com

Martha Lucia Mendoza Castro
marthamendoza@unicesar.edu.co

APUESTAS PRODUCTIVAS EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR

Gioryi López Vega
glvega@unicesar.edu.co

Oscar Palomino Fragozo
oscarpalominofragozo0512@gmail.com

Juan de Jesús Pacheco Díaz
jdpacheco@unicesar.edu.co

Martha Lucia Mendoza Castro
marthamendoza@unicesar.edu.co

Resumen

La presente investigación cuenta con el objetivo principal de identificar las apuestas productivas del departamento del Cesar puesto que ahora que la actividad minera ha disminuido, los pobladores del departamento requieren apostar a otros sectores productivos. Este departamento es un territorio con gran diversidad productiva, pero que su enfoque económico ha sido centrado en la actividad minera, pero el Cesar es un territorio diverso y así mismo su economía, con actividades de agricultura, ganadería, caza, pesca, comercio al por mayor y al por menor, entre otros. Esta información se centra en los postulados teóricos de autores como Cesore (2021), Arias (2019), Ovalle, Rodríguez y Villamizar (2019), entre otros. Para ello se aplicó una metodología de cinco etapas en las que se realizó una búsqueda de fuentes bibliográfica bajo estrictos criterios de inclusión para la selección de estudios, desarrollando con esto una investigación de tipo documental, bajo un diseño bibliográfico en donde la recolección de datos se llevó a cabo a través de la consulta de diversos artículos, documento gubernamentales y libros. Dentro de los resultados obtenidos se destaca la caracterización de las cadenas productivas de los municipios PDET del departamento del Cesar, así como las cadenas productivas del mismo departamento para con ello generar las apuestas productivas que en este se deben realizar, destacándose los sectores del agro, turismo, cultura, salud y educación para su potencialización

y mejoramiento del desarrollo económico del departamento del Cesar. Estos sectores fueron priorizados por la Gobernación del Cesar basándose en las oportunidades y necesidades que presentan, dentro de estos sectores se encuentran registradas ante la Cámara de Comercio de Valledupar al año 2020, 258 organizaciones.

Palabras claves: apuestas productivas; Cesar; municipios PDET; cadenas productivas; organizaciones productivas.

Abstract

The department of Cesar is a territory with great productive diversity, but its economic focus has been focused on mining activity, but Cesar is a diverse territory and likewise its economy, with activities of agriculture, livestock, hunting, fishing, wholesale and retail trade, among others. Now that the mining activity has decreased, the inhabitants of the department need to bet on other productive sectors and for this reason, this article aims to identify the productive bets of the Cesar department. To do this, a five-stage methodology was applied in which a search of bibliographic sources was carried out under strict inclusion criteria for the selection of studies, thereby developing a documentary-type research, under a bibliographic design where data collection was carried out. carried out through the consultation of various articles, government documents and books Among the results obtained, the characterization of the productive chains of the PDET municipalities of the Cesar department stands out, as well as the productive chains of the same department for this generate the productive bets that must be made in this, highlighting the sectors of agriculture, tourism, culture, health and education for their potentialization and improvement of the economic development of the Cesar department. These sectors were prioritized by the Government of Cesar based on the opportunities and needs they present, within these sectors, 258 organizations are registered with the Valledupar Chamber of Commerce by 2020.

Keywords: productive bets; Cease; PDET municipalities; productive chains; productive organizations.

Introducción

De acuerdo con Herrera, de la Hoz y Morelos (2018), la productividad hace referencia al nivel de eficiencia resultante de la relación entre los ingresos o entradas, el proceso de transformación y los egresos o salidas, es decir, la productividad evalúa o mide la forma en que los recursos son utilizados, la relación de uso versus beneficio obtenido de ello, sin descuidar o separar de este proceso la calidad, esta característica debe estar inmersa en el desarrollo productivo de toda empresa, organización o nación. La productividad según la Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2021) es la relación entre la cantidad de producto y la cantidad de recursos empleados para obtener dicho producto. Por ejemplo, la productividad en el caso de estudio de los terrenos agrícolas puede ser medida en toneladas de producto por hectárea; o en el caso de tener diversos productos, esta se mide por el valor producido por hectárea.

Ahora bien, enfocando el concepto de productividad hacia el referente de una nación, se podría establecer que se habla sobre el desarrollo económico que esta nación ha tenido en relación con el manejo eficiente de sus recursos. De acuerdo con el Banco Mundial (2020) el aumento de la productividad es la base fundamental para el incremento de los ingresos y la minimización de los índices de pobreza, y en la actualidad, esta productividad ha venido reduciéndose a nivel mundial y sobretodo en las economías de mercados emergentes y en desarrollo.

En este sentido, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2021) menciona que las economías de América Latina y el Caribe sufren del síndrome crónico del crecimiento lento, estas regiones cuentan con una economía de desarrollo de poco crecimiento, su desarrollo en comparación con otras regiones del mundo es poco, por ejemplo, en otras regiones en desarrollo a nivel mundial han logrado crecer mucho más rápido durante décadas, disminuyendo sus

brechas de ingreso per cápita con respecto a los países desarrollados. En cambio, la mayoría de los países latinoamericanos y caribeños están en la actualidad más distantes de los límites del desarrollo económico que hace varias décadas.

Así mismo, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2021) hace mención que Chile y Costa Rica son las dos economías de la región que usan mejor sus recursos productivos, pero incluso estos dos países tienen niveles de productividad que son apenas el 75% del nivel de Estados Unidos quien tiene una economía pujante, diversificada y de avanzada tecnología, adicionalmente, su Producto Interior Bruto (PIB) de US$37.661 lo convierte en uno de los países más ricos del mundo; Estados Unidos cuenta con un PIB per cápita considerado como el más elevado entre los países industrializados.

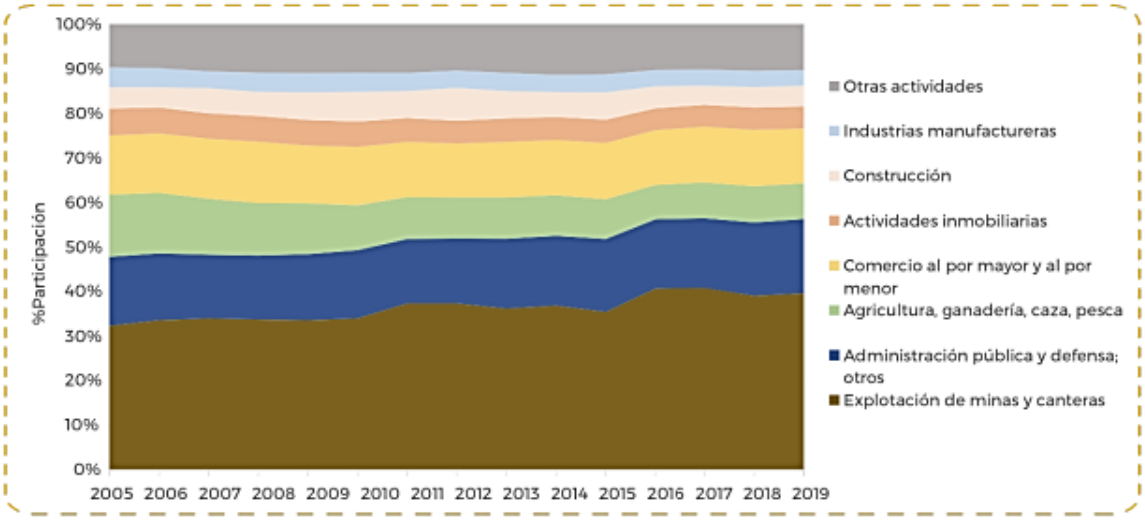
De acuerdo con la OCDE (2019) Colombia necesita acelerar su transformación productiva para aprovechar su avance socioeconómico, según la Revisión de la Política de Transformación Productiva (PTPR por sus siglas en inglés) de Colombia. El PTPR de Colombia destaca los avances del país en el mantenimiento de un crecimiento relativamente estable y alto en las últimas décadas, su eficaz gestión macroeconómica y la creciente apertura a la economía global. El examen también destaca las persistentes debilidades estructurales de la economía nacional, incluido su bajo nivel de productividad, la limitada sofisticación y diversificación de sus exportaciones y la limitada base de conocimientos.

Colombia es un país de regiones, de acuerdo con la Presidencia de la República de Colombia (2021) este país cuenta con diversas culturas y etnias distribuidas en 32 departamentos y más de 1100 municipios. La Agenda Nacional de Competitividad tiene como uno de sus pilares el Desarrollo Productivo Regional y la competitividad a nivel subnacional. En el 2016 se aprobó la Política Nacional de Desarrollo Productivo (CONPES 3866 de 2016), que establece un Enfoque Territorial para identificar fallas de mercado, de gobierno y de coordinación a nivel transversal y sectorial que inhiben el desarrollo productivo.

Entre esos departamentos productivos con gran diversidad se encuentra el Cesar, el cual según la oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio (2021) cuenta con un clima óptima y buenas condiciones de suelo para la producción agrícola y ganadera. Históricamente, la participación del departamento del Cesar en el PIB nacional se ha centrado en la explotación de minas y canteras, siendo esta la mayor actividad productiva que genera ingresos al país desde esta región. Pero el Cesar no solo se dedica a esta actividad económica, es un territorio diverso y así mismo su economía, en la cual las actividades de agricultura, ganadería, caza, pesca, comercio al por mayor y al por menor, entre otros.

De acuerdo con el Centro de Estudios Socioeconómicos y Regionales, Cesore (2021), la composición del PIB del Cesar desde principios de los 2000, ha estado dominada por las rentas de la minería, seguido por la administración pública y defensas, entre otros aspectos mostrados en la siguiente figura:

Figura 1: Participación histórica de las actividades económicas en el PIB departamental



Fuente: Cesore (2021)

Con el panorama económico y de competitividad departamental en mente, es clara la necesidad que tiene el Cesar de diversificar su matriz productiva. Para ello, entonces, en su Plan Departamental de Desarrollo 2020-2023, la Gobernación priorizo cinco sectores económicos, a saber, el turismo, la cultura, la educación, la salud y el agro. Por tanto, en estos sectores se centra la diversificación productiva y las apuestas que el departamento del Cesar hace a su economía para mejorar sus niveles productivos y competitivos, lo que conlleva a generar la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las apuestas productivas en el departamento del Cesar?

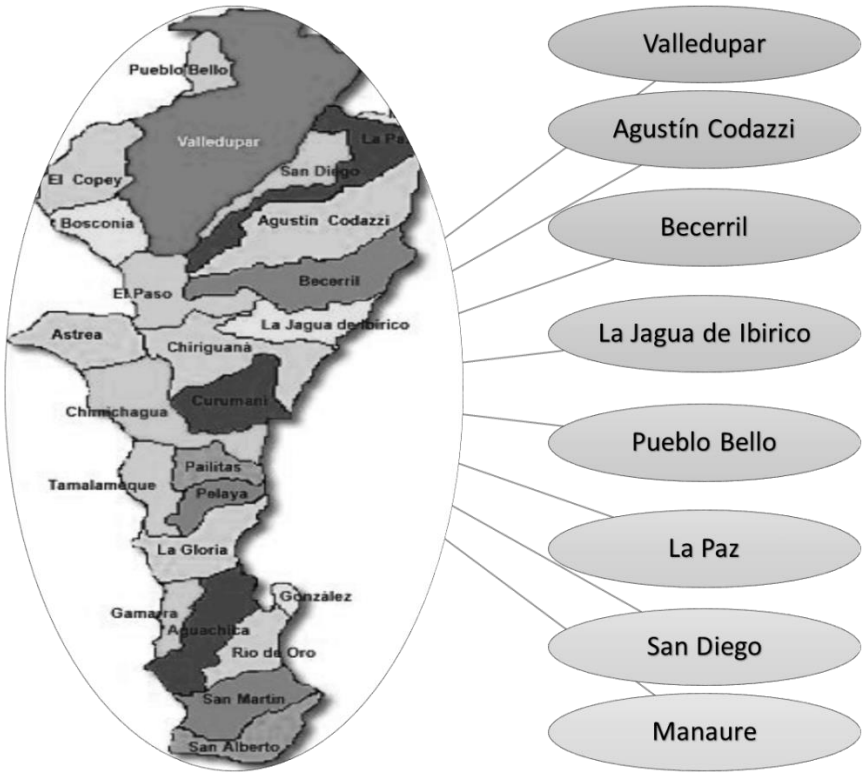
Marco Teórico

Departamento del Cesar: Según información del Departamento Nacional de Planeación DNP (2011), el Departamento del Cesar fue creado por segregación del Magdalena mediante Ley 25 del 21 de junio de 1967, tiene una extensión territorial de 22.905 km2, cuenta con 25 municipios, limita con La Guajira, Magdalena, Bolívar, Santander y Norte de Santander y comparte fronteras con Venezuela en 150 km. Es el único Departamento de la región con características mediterráneas, pues del mar lo separa la Sierra Nevada de Santa Marta y cuya principal ventaja es que se constituye en enlace de la costa caribe con el interior del país. Si bien tiene amplia frontera con la República Bolivariana de Venezuela, sus vínculos económicos son menos fuertes que los de Norte de Santander y La Guajira.

Apuestas productivas: De acuerdo con el Observatorio del Caribe Colombiano (2021) son las estrategias productivas que la región decide emplear para impulsar los sectores productivos con mayor capacidad y potencial de producción de una región, teniendo en cuenta las necesidades del mercado nacional y exterior. Los programas aquí contenidos definen los productos, tecnología y logística de producción en la que los actores de desarrollo del territorio deben concentrar sus mayores esfuerzos, y así lo confirma el Departamento Nacional de Planeación (2016) con el CONPES 3866 donde se establece la Política Nacional De Desarrollo Productivo y en ella se define abordan las apuestas productivas, por lo cual se toma como el documento legal soporte de esta temática.

Municipios PDET: Se conoce como municipios PDET a aquellos municipios vinculados a los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET), los cuales de acuerdo con la Agencia de Renovación del Territorio (2021) son los territorios más afectados por la violencia, la pobreza, las economías ilícitas y la debilidad institucional. Estos programas son un instrumento especial de planificación y gestión a 15 años, que tienen como objetivo estabilizar y transformar dichos municipios vinculados y así lograr el desarrollo rural que requieren los 170 municipios a nivel nacional que hacen parte de estos programas. El PDET fue creado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Social (2017) a través del decreto 893 de 2017 y en el cual se establece que, en el departamento del Cesar, existen ocho municipios pertenecientes a este programa, estos son: Valledupar, Agustín Codazzi, Becerril, La Jagua de Ibirico, Pueblo Bello, La Paz, San Diego y Manaure Balcón del Cesar.

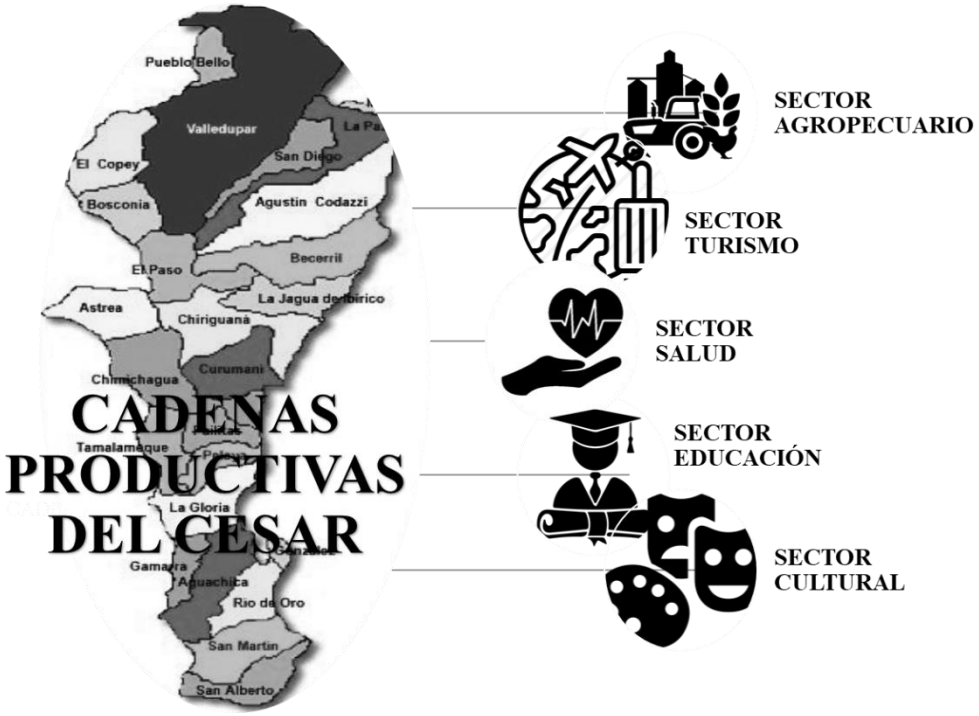
Figura 2. *Municipios PDET*



Fuente: *Ministerio de Agricultura y Desarrollo Social (2017)*

Cadenas Productivas: según Gotrett y Lundy (2018) la cadena productiva involucra un número de etapas interconectadas, a través del proceso de producción, transformación y consumo, la cadena se encuentra conformada por el conjunto de actores que hacen parte de estos procesos. De acuerdo con Isaza (2021) la cadena productiva podría caracterizarse como el conjunto de firmas integradas alrededor de la producción de un bien o servicio y que van desde los productores de materias primas hasta el consumidor final. Las cadenas productivas se subdividen en eslabones, los cuales comprenden conjuntos de empresas con funciones específicas dentro del proceso productivo. En el departamento del Cesar, en su Plan Departamental de Desarrollo 2020-2023, la Gobernación priorizo cinco sectores económicos, a saber, el turismo, la cultura, la educación, la salud y el agro. Estas son las cadenas productivas a examinar en el proceso de desarrollo de la investigación.

Figura 3. *Cadenas Productivas del Cesar*



Fuente: *Plan Departamental de Desarrollo 2020-2023*

Sector agropecuario, es considerado el sector económico del cual hacen parte las actividades de producción de los campos agrícolas, pecuario, forestal, pesquero y acuícola, esto es lo planteado por la República de Colombia (2017). Respecto al **sector del turismo,** según Camacho y Vanegas (2021) la Organización Mundial de Turismo (OMT) define este sector económico como aquel en donde se analizan y llevan a cabo todas aquellas actividades desarrolladas por visitantes a lugares fuera de su lugar de residencia, incluyendo en estos viajes por motivos ya sean personales o laborales. En cuanto al **sector salud,** la OPS y la OMS definen este sector como "el conjunto de valores, normas, instituciones y actores que desarrollan actividades de producción, distribución y consumo de bienes y servicios cuyos objetivos principales o exclusivos son promover la salud de individuos o grupos de población".

Seguidamente, haciendo referencia al **sector de la educación**, este se define de acuerdo con la República de Colombia (2017) como el sector que ejecuta y analiza todas las acciones vinculadas con "el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica y a los demás bienes y valores de la cultura", constituyéndose la educación como derecho fundamental de los colombianos en el artículo 67 de la Constitución Política de Colombia de 1991. Finalmente, se menciona el **sector de la cultura,** este se define como el sector que abarca el desarrollo artístico de una población. "La cultura es todo lo que constituye nuestro ser y configura nuestra identidad. Hacer de la cultura un elemento central de las políticas de desarrollo es el único medio de garantizar que éste se centre en el ser humano y sea inclusivo y equitativo", Gobierno de Colombia (2018).

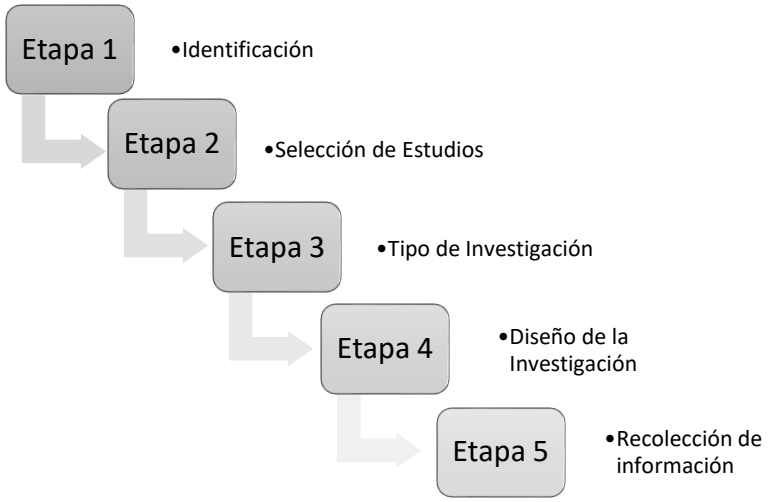
Organizaciones productivas: de acuerdo con la Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional (2021), en Colombia existen alrededor de 400 organizaciones vinculadas a programas de desarrollo alternativo impulsados por instituciones del Estado y de la cooperación internacional. Las organizaciones tienen como una de sus principales funciones sacar adelante los proyectos productivos de las comunidades rurales, sus tipologías responden a la necesidad de desarrollar capacidades organizacionales a través de bases solidarias.

La primera tipología organizacional la conforman las asociaciones de productores, estas entidades están formadas por un conjunto de asociados que se organizan para el desarrollo de una actividad productiva de forma estable, sin ánimo de lucro y con una gestión democrática. Por lo general, esta tipología tiene personería jurídica y su propio patrimonio, en un principio proporcionado por los socios, del que puede disponer para perseguir los fines productivos que se recogen en sus estatutos. En un segundo lugar se encuentran las cooperativas que son también empresas asociativas sin ánimo de lucro, en las que los miembros son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa, creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general. Las cooperativas no pueden transformarse en una sociedad comercial.

Métodos y Materiales

Para el desarrollo de la investigación se plantearon cinco etapas, en las cuales se analiza y lleva a cabo el trabajo investigativo. Estas etapas son:

Figura 4. *Etapas de la investigación*



Fuente: *Elaboración propia (2021)*

Etapa 1: Identificación

Búsqueda De Fuentes Bibliográficas: las fuentes de información están basada en documentos oficiales del departamento del Cesar relacionados con la economía y sectores productivos del departamento, así como artículos de diversas fuentes oficiales como páginas gubernamentales, publicaciones de la OCDE, entre otros que generan una información confiable. Para la conceptualización de términos se hizo uso de libros, en el caso del estudio de antiguas investigaciones se consultó base de datos como science direct, dialnet y otros archivos de google académico empleando las palabras claves “apuestas productivas” y “desarrollo productivo”.

Criterios De Inclusión: Para incluir información en la construcción del trabajo se tomaron publicaciones de 2018 a 2021 generadas por entidades territoriales y artículos, estos documentos cuentan con el desarrollo de los términos “apuestas productivas” o “desarrollo productivo” dentro de su contenido.

Etapa 2: Selección De Estudios: todos los estudios fueron analizados y para su selección se tuvo en cuenta el nivel de vinculación y aportación que este ofrece a la temática abordada, es decir, la información en ellos consultada aporta datos contundentes y confiables que sustentan la elaboración y análisis realizado en el presente artículo. En el caso de los artículos y trabajos investigativos consultados, de ellos se realiza un resumen sobre su aporte a las apuestas productivas, cadenas productivas, diversidad productiva.

Mapeo de Actores: el mapeo de actores se llevó a cabo tomando como base dos fuentes: (i) artículos de google académico, (ii) documentos publicados por entes territoriales como presidencia, gobernaciones, alcaldías y departamentos gubernamentales, estos documentos fueron consultados desde el 26 de septiembre al 14 de octubre del año 2021. A través de este mapeo de actores se pudo evidenciar el desarrollo económico del departamento del Cesar y aquellos actores de vínculo directo con dicho desarrollo.

Etapa 3: Tipo de investigación: el presente estudio es de tipo documental. Según Morales (2003), la investigación documental es un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Al igual que otros tipos de investigación, éste conduce a la construcción de conocimientos. La investigación documental tiene la particularidad de utilizar como una fuente primaria de insumos, mas no la única y exclusiva, el documento escrito en sus diferentes formas: documentos impresos, electrónicos y audiovisuales.

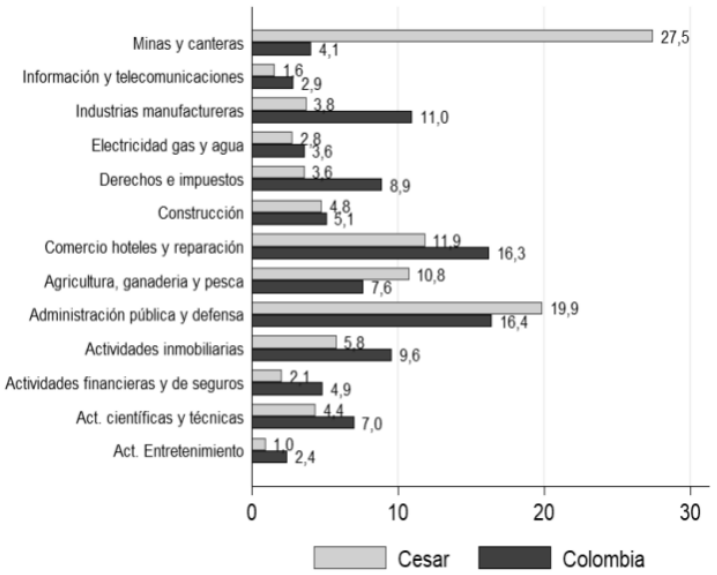
Etapa 4: Diseño de la investigación: En cuanto al diseño de investigación, se basó en el diseño bibliográfico. Los autores Palella y Martins (2012) establecen que: "… el diseño bibliográfico, se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase. Se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variables. Cuando opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos, los recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes". (p.87)

Etapa 5: Recolección de la información: distintos documentos consultados como artículos, documento gubernamentales y libros se toman como fuente de información puesto que es de ellos de donde se recopilara la información requerida para el análisis e interpretación del contenido y luego de la comprensión de dichos postulados lograr enlazarlos y plasmarlos ante la realidad actual y con ello abordar la problemática planteada inicialmente sobre las apuestas productivas en el Cesar, para ello se tuvo en cuenta las palabras claves de esta investigación entre las cuales se encuentran: apuestas productivas; Cesar; municipios PDET; cadenas productivas; organizaciones productivas.

Resultados

De acuerdo con Isaza (2021), se conoce como cadena productiva al conglomerado de actividades de producción llevadas a cabo bajo una estricta estructura y en las que las características técnicas y productivas tienen un impacto ya sea positivo o negativo en la productividad. Es decir, las cadenas productivas podrían definirse como el conjunto de actividades productivas que llevan a la consecución de un producto final. El Cesar es un departamento muy diverso en donde dentro de los sectores económicos desarrollados en él se llevan a cabo múltiples actividades económicas, sobre todo en el sector agropecuario, siendo este junto con el emprendimiento y la educación los principales enfoques que las directivas gubernamentales del departamento han tomado para el desarrollo y fortalecimiento de la productividad en los municipios PDET del Cesar. En la siguiente figura, se puede observar el porcentaje de participación de las principales actividades económicas del departamento en el PIB del 2020 del departamento del Cesar.

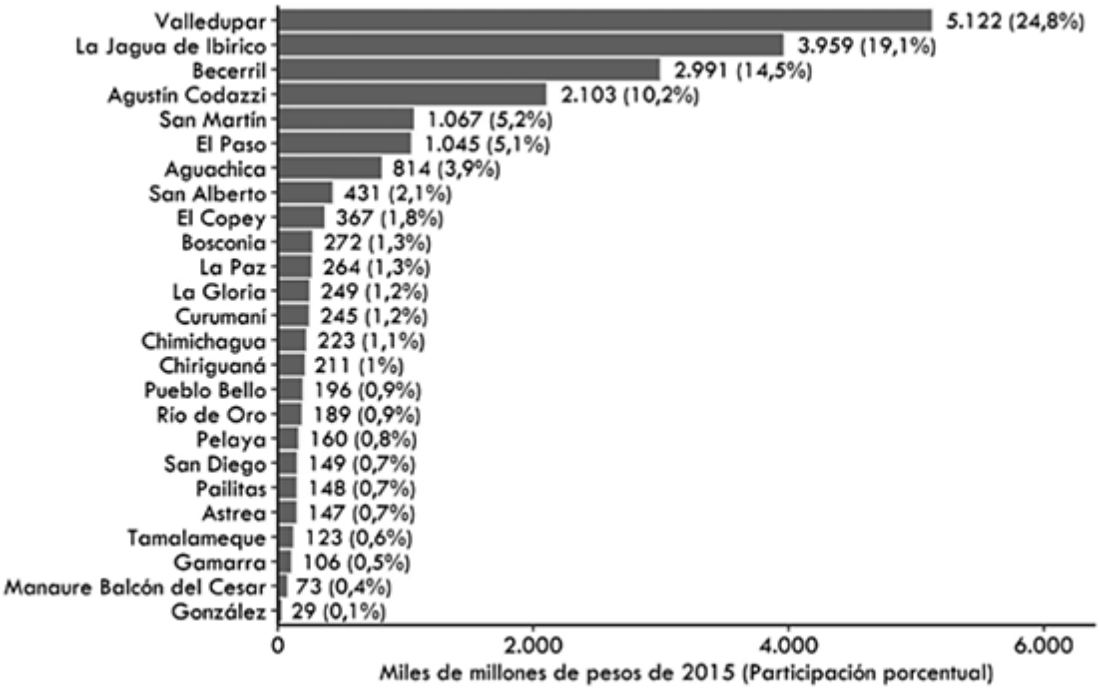
Figura 5. *Composición sectorial del PIB 2020 del departamento del Cesar*



Fuente: *Oficina de Estudios Económicos (2021)*

Como se puede observar, de acuerdo con la información brindada por la Oficina de Estudios Económicos (2021), la explotación de minas y canteras es la actividad económica que genera mayores beneficios económicos para el departamento del Cesar, pero esta no es la única actividad en el desarrollada, el comercio de hoteles, característico del desarrollo turístico es la tercera actividad económica con mayor beneficio al Cesar. La agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca es la actividad que después del comercio hotelero le genera mayor beneficio al Cesar, recordando que es este un departamento agropecuario desde sus raíces. Así mismo, cada municipio del departamento del Cesar tiene una participación económica en el PIB de este departamento, en la figura 6 se presentan los PIB de cada municipio representado en miles de millones de pesos y adicionalmente, el porcentaje de participación de estos municipios en el PIB departamental.

Figura 6. *PIB de cada municipio del Cesar (miles de millones de pesos) y el porcentaje de participación en el PIB departamental*



Fuente: *Cesore (2021)*

De acuerdo con el aporte de Cesore (2021) en la figura anterior, los municipios PDET del departamento (Valledupar, Agustín Codazzi, Pueblo Bello, La Paz, La Jagua de Ibirico, Manaure Balcón del Cesar, Becerril y San Diego) aportan aproximadamente 14.857 miles de millones de pesos al PIB departamental con un porcentaje de participación del 71,9%, en donde los municipios de Valledupar, Codazzi, La Jagua de Ibirico y Becerril, realizan los principales aportes dado su participación activa en el sector minero, el cual como se mostró inicialmente, es el que tiene mayor ejecución y genera más beneficios al departamento.

Tabla 1. *Cadenas productivas de los municipios PDET*

MUNICIPIOS PDET		SECTOR AGROPECUARIO	SECTOR TURISMO	SECTOR SALUD	SECTOR EDUCACIÓN	SECTOR CULTURAL
VALLEDUPAR		X	X	X	X	X
LA PAZ		X	X	X	X	X
CODAZZI		X	X	X	X	X
MANAURE		X	X	X	X	X
BECERRIL		X	X	X	X	X
LA JAGUA DE IBIRICO		X	X	X	X	X
PUEBLO BELLO		X	X	X	X	X
SAN DIEGO		X	X	X	X	X

Fuente: *Elaboración propia (2021)*

Por medio de fuentes como Ovalle, Rodríguez y Villamizar (2019), Gobernación del Cesar (2019), Cesore (2021), SITUR (2019), IICA y Gobernación del Cesar (2020), Concejo Municipal de Valledupar (2020), Alcaldía Municipal de Pueblo Bello (2020), Alcaldía de la Paz (2020), Alcaldía de San Diego (2020), Alcaldía de Manaure (2020), Alcaldía de la Jagua de Ibirico (2020), Alcaldía de Agustín Codazzi (2020), se construyó el cuadro anterior en el cual se puede observar que los municipios PDET del departamento del Cesar cuentan con cierto desarrollo en los cinco sectores económicos priorizados por la Gobernación del Cesar, el sector agro es un sector altamente desarrollado en estos municipios, resaltando el desarrollo agropecuario del departamento, estos municipios PDET tienen en común muchos cultivos tales como el arroz siendo Valledupar el mayor productor entre estos departamentos de arroz, cacao, caña panelera, palma de aceite junto a Agustín Codazzi, el aguacate siendo liderado por el municipio de Agustín Codazzi, respecto al café, Pueblo Bello es el mayor productor de café del departamento. Así mismo, respecto al sector turismo, Valledupar es el municipio con mayor movimiento turístico por ser considerada la capital mundial del vallenato, pero municipios como San Diego se caracterizan por sus festividades patronales que hacen de estos también, Manaure y Pueblo Bello debido a su paisaje y característica climática se han convertido en grandes atractivos turísticos del departamento.

Organizaciones productivas

Figura 7. *Clasificación de las organizaciones productivas del departamento del Cesar*

Fuente: *Cámara de Comercio de Valledupar (2020)*

De acuerdo con la información brindada por la Cámara de Comercio de Valledupar (2020) en la base de datos de esta entidad aparecen registrados ante las actividades de agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexas vinculadas al sector agropecuario del departamento; educación en representación del sector educativo del departamento; salud y actividades de atención de la salud humana y de asistencia social para aquellas organizaciones dedicadas al sector salud; y actividades artísticas, de entretenimiento y recreación que son aquellas organizaciones relacionadas con el sector cultural y la actividad económica de alojamiento y servicios de comida para cuantificar las organizaciones del sector turismo.

Conclusiones

Una vez analizada la teoría relacionada con las apuestas productivas del departamento del Cesar, se puede concluir que el departamento cuenta con una gran diversidad económica, que le permiten tener ciertas alternativas económicas para potencializar, así mismo, dentro de este existen unos municipios que cuentan con necesidades de desarrollo productivo debido al impacto que la violencia tuvo en ellos y para dicho desarrollo estos municipios reciben un mayor apoyo por parte del Estado, estos municipios son los pertenecientes al Programa de Desarrollo con Enfoque Territorial, en el Cesar hay 8 de estos municipios: Valledupar, La Jagua de Ibirico, La Paz, Becerril, San Diego, Manaure Balcón del Cesar, Agustín Codazzi y Pueblo Bello.

Estos municipios cuentan con una serie de cadenas productivas variadas, principalmente en el caso de la agricultura y ganadería, así mismo, cuentan con una gran diversidad cultural que hace de ellos un atractivo turístico para los visitantes, pero también cuentan con necesidades a nivel social representadas en los sectores de la salud y educación. Estos factores son comunes en el departamento del Cesar, es por ello que la Gobernación decide priorizar estos sectores y convertirlos en las apuestas productivas del departamento, los sectores de la salud, educación, cultura, turismo y agro.

Finalmente, se concluye que, respecto a las organizaciones productivas existentes en el departamento del Cesar, existen en total 258 organizaciones dedicadas a actividades relacionadas con los sectores económicos agropecuario, educativo, de salud, cultural y de turismo, divididos en 171 fundaciones, 69 asociaciones, 1 federación registrada en el departamento (Fedearroz) y 17 cooperativas.

REFERENCIAS

Agencia de Renovación del Territorio . (2021). *PDET. Los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET)* . Obtenido de https://www.renovacionterritorio.gov.co/especiales/especial_PDET/

Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional . (2021). *Organizaciones productivas que hacen posible el desarrollo alternativo en Colombia.* Obtenido de https://www.unodc.org/documents/colombia/2013/Agosto/DA2013/Organizaciones_DA_Colombia.pdf

Alcaldía de Becerril. (2020). *PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2020-2023.* Becerril: Alcaldía de Becerril.

Alcaldía de la Jagua de Ibirico. (2020). *PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2020-2023.* La Jagua de Ibirico: Alcaldía de la Jagua de Ibirico.

Alcaldía de La Paz. (2020). *PLAN DE DESARROLLO TERRITORIAL LA PAZ 2020-2023.* La Paz: Alcaldía de La Paz.

Alcaldía de Manaure Balcón del Cesar. (2020). *PLAN DE DESARROLLO TERRITORIAL MANAURE BALCÓN DEL CESAR 2020-2023.* Manaure Balcón del Cesar: Alcaldía de Manaure Balcón del Cesar.

Alcaldía de Pueblo Bello. (2020). *PLAN DE DESARROLLO TERRITORIAL PUEBLO BELLO 2020-2023.* Pueblo Bello: Alcaldía de Pueblo Bello.

Alcaldía de San Diego. (2020). *PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2020-2023.* San Diego: Alcaldía de San Diego.

Arias, D. (2019). El camino de Colombia a la OCDE. *Relaciones Internacionales*(56), 117-136. Obtenido de https://revistas.unlp.edu.ar/RRII-IRI/article/view/7079/6966

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2021). *La Realidad Macroeconómica* . Obtenido de Módulo 2 - La era de la productividad : https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Realidad-

Macroecon%C3%B3mica-Una-Introducci%C3%B3n-a-los-Problemas-y-Pol%C3%ADticas-del-Crecimiento-y-la-Estabilidad-en-Am%C3%A9rica-Latina-M%C3%B3dulo-2-La-era-de-la-productividad.pdf

Banco Mundial. (14 de Julio de 2020). *El aumento de la productividad, el principal motor de reducción de la pobreza, corre peligro debido a las perturbaciones causadas por la COVID-19*. Obtenido de https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/07/14/productivity-growth-threatened-by-covid-19-disruptions

Camacho, A., & Vanegas, O. (2021). *La crisis del turismo por el COVID-19*. Obtenido de Universidad Externado de Colombia: https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/

Cámara de Comercio de Valledupar. (2020). *Base de Datos Empresas 2020.* Valledupar.

Cesore, C. d. (2021). *El Cesar: diversificación productiva para el post-carbón.* Valledupar: Cesore.

Chajin, M., Mendoza, L., Chajin, S., & Lastra, A. (2021). Estrategias para el desarrollo ecoturístico en la subregión sur del Magdalena, Cesar y Bolívar. *Dictamen Libre, 28*, 61-72. doi:https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.28.7293

Concejo Municipal de Valledupar. (2020). *PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2020-2023.* Valledupar: Concejo Municipal de Valledupar.

Departamento Nacional de Planeación. (2011). *Visión Cesar Caribe 2032.* Bogotá D.C.: Imprenta Nacional de Colombia.

Departamento Nacional de Planeación. (8 de Agosto de 2016). *Documento CONPES 3866.* Obtenido de POLÍTICA NACIONAL DE DESARROLLO PRODUCTIVO : https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3866.pdf

Gobernación del Cesar. (2019). *ANÁLISIS DE SITUACIÓN DE SALUD CON EL MODELO DE LOS DETERMINANTES SOCIALES DE SALUD.* Valledupar: Gobernación del Cesar.

Gobernación del Cesar. (2020). *Plan Departamental de Desarrollo 2020 - 2023.* Valledupar.

Gobierno de Colombia. (08 de Octubre de 2018). *Análisis Sector Cultural.* Obtenido de https://www.funcionpublica.gov.co/documents/34645357/34704716/analisis-sector-cultura.pdf

Gómez, M. (2020). Departamento del Cesar: Un análisis de la estructura productiva, 1990 – 2018. *Economía y REgión*, 71-87. doi:https://doi.org/10.32397/er.vol14.n1.3

Gotrett, M., & Lundy, M. (2018). *Gestion de Cadenas Productivas Serie: Metodologias Para El Desarrollo Empresaial Rural.* Bolivia: CIAT.

Herrera, T., de la Hoz, E., & Morelos, J. (2018). La productividad y sus factores. *Dimensión empresarial, 16*(1), 47-60. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6233008

IICA, I. I., & Gobernación del Cesar, .. (2020). *PLAN DEPARTAMENTAL DE EXTENSIÓN AGROPECUARIA.* Valledupar: Gobernación del Cesar.

Isaza, J. (2021). *Cadenas productivas. Enfoques y precisiones conceptuales.* Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5137653

Jaimes, L., Luzardo, M., & Rojas, M. (2018). Factores Determinantes de la Productividad Laboral en Pequeñas y Medianas Empresas de Confecciones del Área Metropolitana de Bucaramanga, Colombia. *Información Tecnológica, 29*(5), 175-186. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v29n5/0718-0764-infotec-29-05-00175.pdf

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Social. (28 de Mayo de 2017). *Decreto 893 de 2017.* Obtenido de http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20893%20DEL%2028%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf

Ministerio de Comercio. (2021). *Perfil económico: departamento de Cesar.* Bogotá D.C.: Ministerio de Comercio.

Ministerio de Minas y Energia. (2021). *Diversifica Cesar.* Valledupar: Diversifica Cesar.

Morales, O. (2003). *FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL Y LA MONOGRAFÍA . Manual para la elaboración y presentación de la monografía. .* Mérida, Venezuela: Universidad de los Andes.

Observatorio del Caribe Colombiano. (2021). *Competitividad y Desarrollo Económico*. Obtenido de Sistema de Consulta de los Programas de los Planes de Desarrollo Departamentales: http://www.ocaribe.org/pdcaribe/apuestas-productivas

OCDE, O. p. (12 de Febrero de 2019). *La agenda de desarrollo de Colombia necesita dar prioridad a la transformación productiva – según nuevo informe*. Obtenido de https://www.oecd.org/dev/agenda-de-desarrollo-de-colombia-necesita-dar-prioridad-a-la-transformacion-productiva.htm

Oficina de Estudios Económicos. (Septiembre de 2021). *Perfiles Económicos Departamentales.* Obtenido de https://www.mincit.gov.co/getattachment/6463f761-e0f6-485a-889e-f87a21e0de18/Cesar

OPS, O. P., & OMS, O. M. (s.f.). *Centro de Conocimiento en Salud Pública y Desastres*. Recuperado el 2021, de Funciones del Sector Público: http://saludydesastres.info/index.php?option=com_content&view=article&id=325:2-funciones-del-sector-salud&catid=119:2-funciones-del-sector-salud-en-la-reduccion-del-riesgo-y-la-atencion-en-emergencias-y-desastres&lang=es

Ovalle, F., Rodriguez, L., & Villamizar, A. (2019). *CARACTERIZACION Y PERFIL DEL SECTOR EDUCATIVO.* Valledupar: Gobernación del Cesar.

Palella, S., & Martins, F. (2012). *METODLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA.* Caracas: FEDUPEL.

Presidencia de la República. (2021). *Apuestas Productivas Departamentales*. Obtenido de Colombia competitiva: http://www.colombiacompetitiva.gov.co/snci/agendas-departamentales-de-competitividad/apuestas-productivas-departamentales#contentBox

República de Colombia. (2017). *Marco Nacional de Cualificaciones Colombia.* Bogotá D.C.: Eco Emprendedores Creativos S.A.S.

SITUR, S. d. (2019). *Balance turístico y comercial del festival de la leyenda vallenata 2019.* Valledupar - Cesar.

Subdirección General de Comercio Internacional de Mercancías. (2018). LA BALANZA COMERCIAL AGROALIMENTARIA EN 2018. *BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE 3117*, 3-16. Obtenido de http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/view/6924/6940

HUMANISMO DIGITAL COMO CULTURA ORGANIZACIONAL EN LAS MICROEMPRESAS DE VALLEDUPAR DIGITAL

Sindy Paola López Pabón

Aurey Elena Pinto Arzuaga

Daniela Karina Núñez Arrieta

marthamendoza@unicesar.edu.co

HUMANISMO DIGITAL COMO CULTURA ORGANIZACIONAL EN LAS MICROEMPRESAS DE VALLEDUPAR DIGITAL

Sindy Paola López Pabón
Daniela Karina Núñez Arrieta
Aurey Elena Pinto Arzuaga
marthamendoza@unicesar.edu.co

Resumen

La investigación tiene como objetivo Analizar la implementación del humanismo digital como cultura organizacional en las microempresas de Valledupar, la principal característica es el humanismo digital como modelo para que las microempresas y profesionales se adapten a los cambios de la era digital y puedan aprovechar y explotar al máximo las oportunidades estratégicas que brinda la transformación digital. Para su alcance se fundamentó en los constructos teóricos de Pardo (2019), MinTIC (2020), iNNpulsa Colombia (2020), Iniesta (2017), Chiavenato (1999), así como la Cámara de Comercio de Valledupar (2020), Villegas (2020) entre otros, estos autores definen el humanismo digital como un modelo donde la persona sea el centro de la estrategia y decisiones en las organizaciones y la tecnología esté a su servicio para el desarrollo y crecimiento exitoso de la misma, usando palabras claves como Humanismo Digital, Cultura Organizacional, Microempresas, Trabajo Colaborativo, estrategias digitales. . Para este propósito se aplicó la intervención del método en cinco fases: Identificación, Selección de estudios, Tipo de investigación, Diseño, Población y muestra, se enmarco en el paradigma cuantitativo que define la variable, de la misma manera, este estudio es descriptivo comprende el análisis e interpretación del humanismo digital como cultura organizacional. Se tomó como muestra piloto seis empresas ubicadas en la ciudad de Valledupar según la base de datos de la Cámara de Comercio de Valledupar, para realizar la investigación se aplicó una encuesta con preguntas cerradas. Los resultados de la investigación permiten concluir que el humanismo digital es una herramienta de innovación, estrategias, cultura organizativa y rediseño de procesos permitiendo el crecimiento competitivo de las microempresas en Valledupar.

Palabras Claves: Humanismo Digital, Cultura Organizacional, Microempresas, Trabajo Colaborativo, estrategias digitales.

Abstract

The research aims to analyze the implementation of digital humanism as an organizational culture in Valledupar micro-companies, the main characteristic is digital humanism as a model for micro-companies and professionals to adapt to the changes of the digital age and can take advantage and exploit the maximum strategic opportunities offered by digital transformation. For its scope it was based on the theoretical constructs of Pardo (2019), MinTIC (2020), iNNpulsa Colombia (2020), Iniesta (2017), Chiavenato (1999), as well as the Valledupar Chamber of Commerce (2020), Villegas (2020) among others, these authors define digital humanism as a model where the person is the center of strategy and decisions in organizations and technology is at their service for its successful development and growth, using keywords such as Humanism Digital, Organizational Culture, Microenterprises, Collaborative Work, digital strategies. . For this purpose, the intervention of the method was applied in five phases: Identification, Selection of studies, Type of research, Design, Population and sample, it was framed in the quantitative paradigm that defines the variable, in the same way, this study is descriptive and includes the analysis and interpretation of digital humanism as an organizational culture. Six companies located in the city of Valledupar were taken as a pilot sample according to the database of the Chamber of Commerce of Valledupar, to carry out the research a survey with closed questions was applied. The results of the research allow us to conclude that digital humanism is a tool for innovation, strategies, organizational culture and process redesign, allowing the competitive growth of micro-enterprises in Valledupar.

Keywords: Digital Humanism, Organizational Culture, Microenterprises, Collaborative Work, digital strategies.

1. Introducción

Vivimos en una era completamente tecnológica en donde lo digital abandera todos los procesos para lograr que estos sean más efectivos y productivos, sobre todo en el ámbito empresarial. La tecnología cada día se vuelve más indispensable en las empresas y es necesario que las organizaciones empecemos a tomar conciencia de la importancia del humanismo digital en las empresas, significa considerar el impacto en las personas desde el minuto cero de toda iniciativa e implica liderar desde ahí para generar valor y resultados a través y para ellas supone utilizar la tecnología como palanca de cambio y generador de oportunidad para el mayor número de personas posible. Esta investigación es importante porque ayuda analizar cómo se implementa el humanismo digital en las microempresas de Valledupar, identificando la importancia de este término en la actualidad.

La revolución digital ha transformado profundamente nuestros paradigmas y abre muchas oportunidades, pero también nos plantea numerosos retos. Las posibilidades son infinitas y los resultados serán positivos o negativos en función del uso que hagamos de las herramientas de la Industria 4.0. El humanismo digital es la respuesta a cómo debemos usar estos instrumentos y posibilidades. Es un esquema que nos mueve a restaurar los valores humanistas en el uso y los fines de la tecnología, que debe estar siempre al servicio del ser humano para hacer nuestra vida más sencilla y plena. (Pardo Cèspedes. 2019)

España cuenta con una posición muy favorable en el proceso de Transformación Digital del país, con una red de infraestructuras digitales de las mejores del mundo, empresas líderes en sectores tractores (salud, agroalimentario, movilidad, turismo, financiero), ciudades modernas y una sociedad diversa, dinámica y ágil para adaptarse a los cambios. El país está también relativamente bien situado en la digitalización de la Administración y tiene un potencial formidable en la aplicación de las nuevas tecnologías a la gestión de la información y la ejecución de políticas públicas.

(España, 2020), es un plan que recoge un conjunto de medidas, reformas e inversiones, articuladas en diez ejes estratégicos, alineados a las políticas digitales marcadas por la Comisión Europea para el nuevo periodo. Las acciones de la Agenda están orientadas a impulsar un crecimiento más sostenible e inclusivo, impulsado por las sinergias de las transiciones digital y ecológica, que llegue al conjunto de la sociedad y concilie las nuevas oportunidades que ofrece el mundo digital con el respeto de los valores constitucionales y la protección de los derechos individuales y colectivos:

Cuadro 1: Ejes estratégicos, alineados a las políticas digitales.

Garantizar una conectividad digital adecuada para el 100% de la población, promoviendo la desaparición de la brecha digital entre zonas rurales y urbanas.
Continuar liderando en Europa el despliegue de la tecnología 5G, incentivando su contribución al aumento de la productividad económica, al progreso social y a la vertebración territorial.
Reforzar las competencias digitales de los trabajadores y del conjunto de la ciudadanía.
Reforzar la capacidad española en ciberseguridad, consolidando su posición como uno de los polos europeos de capacidad empresarial.
Impulsar la digitalización de las Administraciones Públicas.
Acelerar la digitalización de las empresas, con especial atención a las micro Pymes y las Startup.
Acelerar la digitalización del modelo productivo mediante proyectos tractores de transformación sectorial que generen efectos estructurales.
Mejorar el atractivo de España como plataforma europea de negocio, trabajo, e inversión en el ámbito audiovisual.
Favorecer el tránsito hacia una economía del dato, garantizando la seguridad y privacidad y aprovechando las oportunidades que ofrece la Inteligencia Artificial.
Garantizar los derechos de la ciudadanía en el nuevo entorno digital.

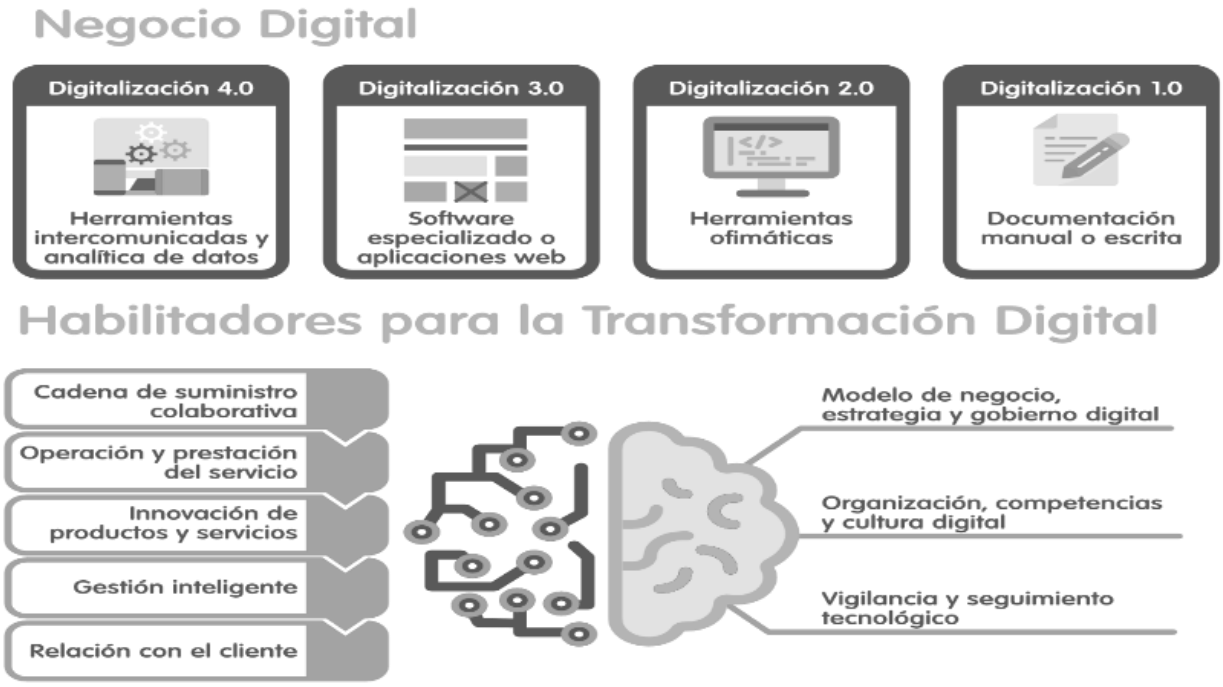
Fuente: España Digital 2025

Lo anterior supone un gran desafío, en un tejido empresarial dominado por pequeñas y medianas empresas, con capacidades de modernización y encadenamiento productivo aún limitadas, y que en su mayoría no disponen de los recursos o competencias necesarias para invertir en tecnologías digitales y en cambios organizativos que permitan asimilar su uso en los procesos de producción, distribución, y gestión. De ahí se deduce la relevancia de las políticas públicas definidas por España Digital 2025 para impulsar el crecimiento a través de una productividad apoyada en las tecnologías digitales. (España, 2020).

En Colombia, los CTDE (Centros de Transformación Digital Empresarial) obedecen a una estrategia de MinTIC, MINCIT e iNNpulsa Colombia en alianza con las principales cámaras de comercio y gremios empresariales, cajas de compensación e instituciones de educación superior que tiene como objetivo acompañar a las MiPymes en su proceso de transformación digital mediante la apropiación táctica de tecnologías como una estrategia de largo plazo, que les ayudará a mejorar su productividad y competitividad. Estos se encargan de sensibilizar a las organizaciones sobre la transformación digital y sus beneficios y un acompañamiento a las empresas en el proceso de digitalización.

Los Centros de Transformación Digital Empresarial (CDTE) implementan un Modelo de Madurez para la Transformación Digital, siendo un esquema que permite la identificación del nivel de digitalización (negocio digital) y de los componentes estratégicos y culturales (habilitadores) en los procesos de la cadena de valor de la empresa, para que, a partir de ello, se establezcan procesos de digitalización y la mejora de las competencias TIC que deriven en un incremento del desempeño empresarial. (INNPULSA COLOMBIA, 2020)

Gráfico No 1: Negocio digital Centros de Transformación Digital Empresarial.



Fuente: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – INNPULSA COLOMBIA

Por otra parte, la Gobernación del Cesar en Colombia lanzó un plan de digitalización gratuito para pequeñas y medianas empresas en el departamento, lo que concierne a una oportunidad para incorporar el comercio electrónico, expandir los nichos de mercado y digitalizar su negocio ofrece el Gobierno Lo Hacemos Mejor a las más de 13.000 empresas constituidas en el Cesar. La iniciativa beneficia a tiendas, panaderías, droguerías, bodegas, establecimientos del sector transporte, financiero o agrícola, entre otros.

"Estamos comprometidos con el cierre de la brecha digital y con la reactivación económica de todos los sectores, y en ese orden, nos hemos unido a la Organización de Estados Americanos, OEA, y a Kolau, empresa de Silicon Valley que lidera la tecnología del comercio electrónico en Latinoamérica, para que microempresarios incursionen en el espacio digital", explicó el

gobernador (e) del Cesar, Andrés Meza, durante el lanzamiento del Plan de Digitalización MiPymes que se llevó a cabo en el Archivo Departamental, con esta apuesta, los emprendedores podrán ofertar sus productos y servicios a los cibernautas de todo el mundo a través de una página web gratuita, con conexión a pasarela de comercio electrónico; tendrán acceso a capacitaciones digitales, gestión de clientes y contarán con 50 herramientas web para mejorar la imagen corporativa, manifestó Miguel Aroca, Asesor de las TIC en el Cesar. (Comunicado Gobernación del Cesar, 2021).

Respecto a la implementación de la tecnología en las empresas, vemos como cada vez los gobiernos buscan la manera de que las empresas no se queden atrás, que sigan innovando e implementando más tecnología en sus procesos, esto las vuelve más competitivas, con la pandemia muchas microempresas tuvieron que restructurar sus procedimientos, volviéndolo más digitales, teniendo la necesidad de aplicar una cultura de humanismo digital en sus colaboradores, un ejemplo de esto fue el teletrabajo.

En el teletrabajo, las diferencias entre educación remota y virtual, las nuevas formas de negocio y relacionamiento, nos llevan a entender la necesidad de capacitar a las personas para hacer uso y apropiación de las herramientas que nos ofrece el mundo digital; porque pese a que las nuevas generaciones nacieron dentro de la era tecnológica, ésta es subutilizada por la mayoría que solo acceden a ella para hacer uso de las redes sociales y realizar compras en línea.

2.1 Humanismo digital: Para iniciar hay que entender el termino de humanismo digital y así lo define Luis Pardo Cèspedes (2019).

"La revolución digital ha transformado profundamente nuestros paradigmas y abre muchas oportunidades, pero también nos plantea numerosos retos. Las posibilidades son infinitas y los resultados serán positivos o negativos en función del uso que hagamos de las herramientas de la Industria 4.0. El humanismo digital es la respuesta a cómo debemos usar estos instrumentos y posibilidades. Es un esquema que nos mueve a restaurar los valores humanistas en el uso y los fines de la tecnología, que debe estar siempre al servicio del ser humano para hacer nuestra vida más sencilla y plena". Es tal la magnitud de los cambios que nos esperan que no habrá aspecto de la sociedad que no se vea afectado: el trabajo, las relaciones personales y la organización social. De nosotros depende que no desemboquemos en un mundo como el que imaginaba la distopía destructiva y deshumanizadora de George Orwell en *1984*. Solo hay una solución para que eso no ocurra: progreso y humanismo deben ir de la mano.

Es evidente que la digitalización, la automatización, la robótica y la inteligencia artificial van a impactar en el mercado de trabajo, en la cantidad y en la naturaleza del mismo. Está a la vista que también influye en la interacción entre las personas, en un mundo en el que el contacto humano se va reduciendo. Pero siendo cierto todo esto, también lo es que la tecnología está al alcance de la mayoría y que dependerá de nosotros saber aprovecharla adecuadamente. Porque la máquina no va a sustituir la creatividad, la inteligencia emocional, el sentido común, la empatía o la pasión.

Cèspedes (2019), abarca cuatro esferas del Humanismo Digital**:**

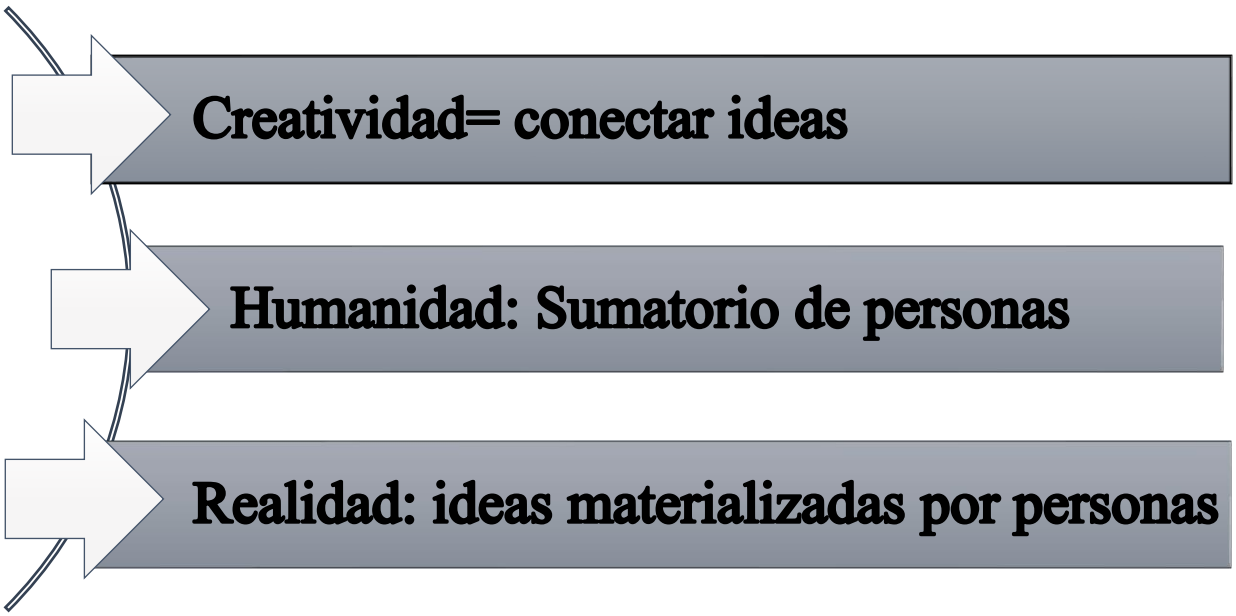
Un primer círculo tiene que ver con una dimensión del individuo: la personal y profesional. En ese campo, la digitalización está ejerciendo una enorme influencia, en términos de competitividad y eficiencia, ser capaces de superar el reto de la gestión del talento en tiempos de digitalización, de ahí la importancia de los profesionales y su desarrollo profesional.

Eso nos conduce al siguiente círculo: el **empresarial**, en el que la digitalización está cambiando los modelos de negocio tradicionales, lo que afecta a todas las áreas de la empresa. Las organizaciones digitales empiezan a valorar la capacidad de multitarea, el *networking*, las habilidades sociales, la capacidad de negociación, la inteligencia colectiva, el conocimiento distribuido, el aprendizaje continuo, la gestión del tiempo.

El siguiente círculo, el **político**, la digitalización tendrá efectos en la fiscalidad, los gobiernos deberán luchar contra la brecha digital de algunos segmentos de la población, se enfrentarán al desarrollo de ciudades inteligentes, vivirán unos procesos de descentralización y desintermediación que afectarán a determinadas políticas, es decir, necesitaremos gobiernos adaptados al mundo digital.

El cuarto círculo indica establecer **valores y códigos** que ayuden a establecer los límites de una tecnología que ofrecerá posibilidades infinitas pero que tiene consecuencias en nuestra dimensión moral y nuestra organización social, política y democrática. Vamos hacia un mundo en el que habrá máquinas que tomen decisiones autónomas, decisiones que compartan una dimensión moral sobre la que hay que trabajar.

Gráfico No 2: Aspectos del humanismo digital



Fuente: Iniesta 2017

El grafico anterior identifica claramente los aspectos más importantes del humanismo digital, se debe tener mucha creatividad para poder conectar cada idea y ser trasmitidas a la humanidad, logrando llegar a la mayor cantidad de personas, para que luego esta idea se vuelva realidad logrando ser materializada, en conclusión, es conectar personas que den ideas para arrojar un resultado. (Iniesta I., 2017)

2.2 Cultura Organizacional: Granell (1997) define el término como "aquello que comparten todos o casi todos los integrantes de un grupo social…" esa interacción compleja de los grupos sociales de una empresa está determinado por los "… valores, creencia, actitudes y conductas." (p.2). (Chiavenato, 1999) presenta la cultura organizacional como "…un modo de vida, un sistema de creencias y valores, una forma aceptada de interacción y relaciones típicas de determinada organización." (p. 464). García y Dolan (1997) definen la cultura como "… la forma característica de pensar y hacer las cosas… en una empresa… por analogía es equivalente al concepto de personalidad a escala individual…" (p.33).

2.3 Microempresas: La Organización Internacional del Trabajo considera como microempresa a aquella cuyos empleados no sean más de diez, incluyendo al microempresario y sus familiares, remunerados o no; Son de constitución informal, y el nivel de educación del microempresario no debe superar la escolaridad media. De acuerdo con la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (la Ley 590), las microempresas son las que cuentan con un personal no superior a 10 trabajadores y con activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes (smmlv).

2.4 Estrategias Digitales: (Estrategia del Contenido. (s.f.).) El concepto Estrategia Digital se refiere a la definición y ejecución de planes de actuación a medio y largo plazo en los que se definen los canales, medios y oportunidades en el ámbito de la conectividad a Internet para lograr más ventas o más audiencia para una organización. (Giu, W. (s.f.).) La estrategia digital se basa en el manejo de herramientas online para llevar adelante un negocio digital; Las estrategias digitales son una combinación de procesos que apuntan a identificar y aprovechar oportunidades digitales para mejorar las ventajas competitivas.

2.5 Plataformas Digitales: Las plataformas digitales son todos aquellos sitios de internet que almacenan información de una empresa y a través de la cual los usuarios pueden acceder a cuentas personales y detalles sobre la empresa. Las plataformas digitales son ejecutadas por programas o aplicaciones cuyo contenido es ejecutable en determinados sistemas operativos, ya sean contenidos visuales, de texto, audios, videos, simulaciones, etc. Las plataformas digitales se han convertido en el canal de comunicación más importante de las empresas e instituciones ya que les permite llegar a una cantidad ilimitada de usuarios al mismo tiempo, agilizando los tiempos de respuesta, modernizando los procesos a fin de hacerlos más cómodos para el usuario y maximizando la productividad de sus recursos humanos. (Rodríguez, J. 2019).

2.6 Redes Sociales: Las redes sociales, en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos – como el profesional, de relación, entre otros – pero siempre permitiendo el

intercambio de información entre personas y/o empresas. Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. Estas plataformas crearon, también, una nueva forma de relación entre empresas y clientes, abriendo caminos tanto para la interacción, como para el anuncio de productos o servicios. (Marketing, B. D. (s.f.).)

2.6.1 Red social profesional: Son aquellas en que los usuarios tienen como objetivo crear relaciones profesionales con otros usuarios, divulgar proyectos y conquistas profesionales, presentar su currículum y habilidades, además de conseguir indicaciones, empleos, etc. LinkedIn es la red social profesional más conocida y utilizada, pero hay otras que también vienen conquistando espacio, como Bebee, Bayt, Xing y Viadeo. Adicionalmente, otras redes que no son exclusivamente profesionales también se han utilizado para este fin, como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Instagram y Pinterest. (Marketing, B. D. (s.f.).)

2.7 Elearning: (Ya, I. 2021) El eLearning o capacitación virtual consiste en la educación y capacitación a través de Internet. Este tipo de enseñanza online permite la interacción del usuario con el material mediante la utilización de diversas herramientas informáticas. Este concepto educativo es una revolucionaria modalidad de capacitación que posibilitó Internet, y que hoy se posiciona como la forma de capacitación predominante en el futuro. (Capacitaciones Empresariales.Org. (s.f.).) Esta modalidad se caracteriza por hacer uso de los recursos tecnológicos e informativos por medio de una conexión a una red de internet, a través de estos elementos inteligentes es posible recibir un curso de capacitación empresarial, tan solo con acceder al aula virtual multimedia e iniciar sesión.

2.8 Teletrabajo: La Organización Internacional de Trabajo -OIT- define teletrabajo como: "Una forma de trabajo en la cual: a) el mismo se realiza en una ubicación alejada de una oficina central o instalaciones de producción, separando así al trabajador del contacto personal con colegas de

trabajo que estén en esa oficina y, b) la nueva tecnología hace posible esta separación facilitando la comunicación". (Citado en Vittorio Di Martino, 2004). En Colombia, el teletrabajo se encuentra definido en la Ley 1221 de 2008 como: "Una forma de organización laboral, que consiste en el desempeño de actividades remuneradas o prestación de servicios a terceros utilizando como soporte las tecnologías de la información y comunicación -TIC- para el contacto entre el trabajador y la empresa, sin requerirse la presencia física del trabajador en un sitio especifico de trabajo". (Artículo 2, Ley 1221 de 2008).

2.9 Trabajo Colaborativo: Definimos trabajo colaborativo como aquel que se realiza mediante cooperación voluntaria entre dos o más personas o agentes que unen sus esfuerzos para lograr un objetivo común, y en el que todas las partes se benefician, aunque no necesariamente en la misma proporción, ya que pueden existir, y de hecho existen, diferencias y asimetrías entre los participantes. El trabajo colaborativo está atravesado por relaciones de poder, pero se distingue de otras formas de coordinación del trabajo (despótica, jerárquica, burocrática, instrumental, entre otras) por el hecho de que hay cooperación, reciprocidad, voluntariedad y beneficio mutuo (Silva & Reygadas, 2013).

Es importante mencionar el determinismo tecnológico, este señala que las computadoras e internet estimulan y fomentan el trabajo colaborativo. Se ha comenzado a decir que la colaboración en red produce “innovación en masa” (Leadbeater, 2008), considerando los conceptos anteriores vemos como el trabajo colaborativo está directamente relacionado con la tecnología.

2. Metodología

3.1 Etapa 1: Identificación

3.1.1 Búsqueda de fuentes bibliográficas. La selección de estudios se basó en una revisión sistemática de la literatura siguiendo las directrices de Prisma (Urrútia & Bonfill, 2010). La revisión se ejecutó utilizando las bases de datos Scopus y Science Direct. La serie de palabras claves empleadas fueron: humanismo digital, cultura organizacional, microempresas, trabajo colaborativo, estrategias digitales.

3.1.2 Criterios de inclusión. Se incorporaron publicaciones de 1999 a 2021 provenientes libros, estudios, investigaciones de diversas fuentes académicas. Todos los documentos debían contener información concerniente al humanismo digital y estrategias digitales, en el sector empresarial.

3.1.3 Etapa 2: Selección de estudios. Se analizó el escrito completo de cada artículo y se seleccionaron los documentos que estaban relacionados con humanismo digital. De igual manera, para cada artículo seleccionado, resumimos la siguiente información Humanismo Digital, Cultura Organizacional, Microempresas, Valledupar, Trabajo Colaborativo, herramientas del humanismo digital.

3.1.4 Etapa 3: Mapeo de Actores: El Mapeo de Actores se realizó con base en dos fuentes: (i) en las encuestas llevadas a cabo en las microempresas de Valledupar, como parte del diagnóstico preliminar; y (ii) una consulta en la base de datos de la Cámara de Comercio de Valledupar realizada el 02 de octubre de 2021, para identificar las microempresas de Valledupar en las diferentes actividades económicas.

En el desarrollo de toda la investigación se realizó según Hernández, Fernández y Baptista (2010) aplicando el paradigma cuantitativo que define la variable, de la misma manera, este estudio es descriptivo porque comprende la descripción, análisis e interpretación del humanismo digital como cultura organizacional. De la misma manera, la población que se tomó fueron las 36.902 microempresas registradas en la cámara de comercio que corresponden al departamento del cesar, de las cuales 36.336 son microempresas registradas en Valledupar, basados en Arias 2006. De igual manera, se tomó una muestra piloto, la cual se define como la aplicación de un cuestionario a una pequeña muestra de encuestados para identificar y eliminar los posibles problemas de la elaboración de un cuestionario. Malhota (2004). Considerando esto, de las 52.766 empresas registradas en la cámara de comercio de Valledupar 23.098 son microempresas, eso quiere decir que el 43% de las empresas legalmente registradas y vigentes en la cámara de comercio de Valledupar son microempresas, por eso es importante que la economía de Valledupar sepa y maneje el humanismo digital, este ayuda al crecimiento de la economía y que las empresas sean más competitivas.

Tabla 1: Población objeto de estudio.

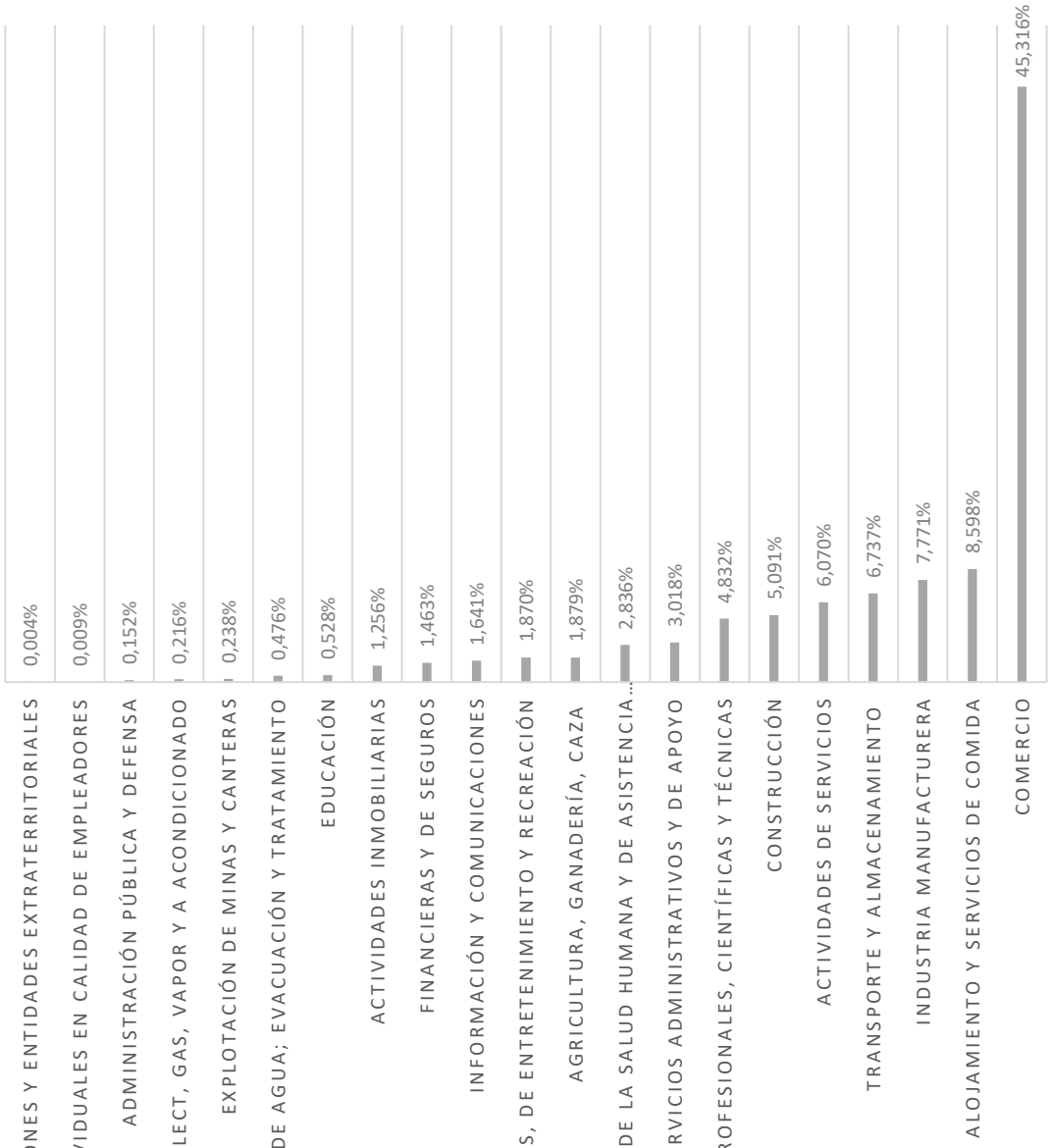
EMPRESAS	No DE EMPRESAS
ACTIVIDAD ECONOMICA	No DE EMPRESAS
A. Agricultura, Ganadería, Caza Y Actividades De Servicios Conexas	434
B. Explotación De Minas Y Canteras	55
C. Industria Manufacturera	1795
D. Suministro De Electricidad, Gas, Vapor Y Aire Acondicionado	50
E. Distribución De Agua; Evacuación Y Tratamiento De Aguas Residuales, Gestión De Desechos Y Actividades De Saneamiento Ambiental	110
F. Construcción	1176

G. Comercio	10467
H. Transporte Y Almacenamiento	1556
I. Alojamiento Y Servicios De Comida	1986
J. Información Y Comunicaciones	379
K. Actividades Financieras Y De Seguros	338
L. Actividades Inmobiliarias	290
M. Actividades Profesionales, Científicas Y Técnicas	1116
N. Actividades De Servicios Administrativos Y De Apoyo	697
O. Administración Pública Y Defensa; Planes De Seguridad Social De Afiliación Obligatoria	35
P. Educación	122
Q. Actividades De Atención De La Salud Humana Y De Asistencia Social	655
R. Actividades Artísticas, De Entretenimiento Y Recreación	432
S. Otras Actividades De Servicios	1402
T. Actividades De Los Hogares Individuales En Calidad De Empleadores	2
U. Actividades De Organizaciones Y Entidades Extraterritoriales	1
TOTAL	23098

Fuente: Base de datos, suministrada por cámara de comercio de Valledupar 2020.

3. Resultados

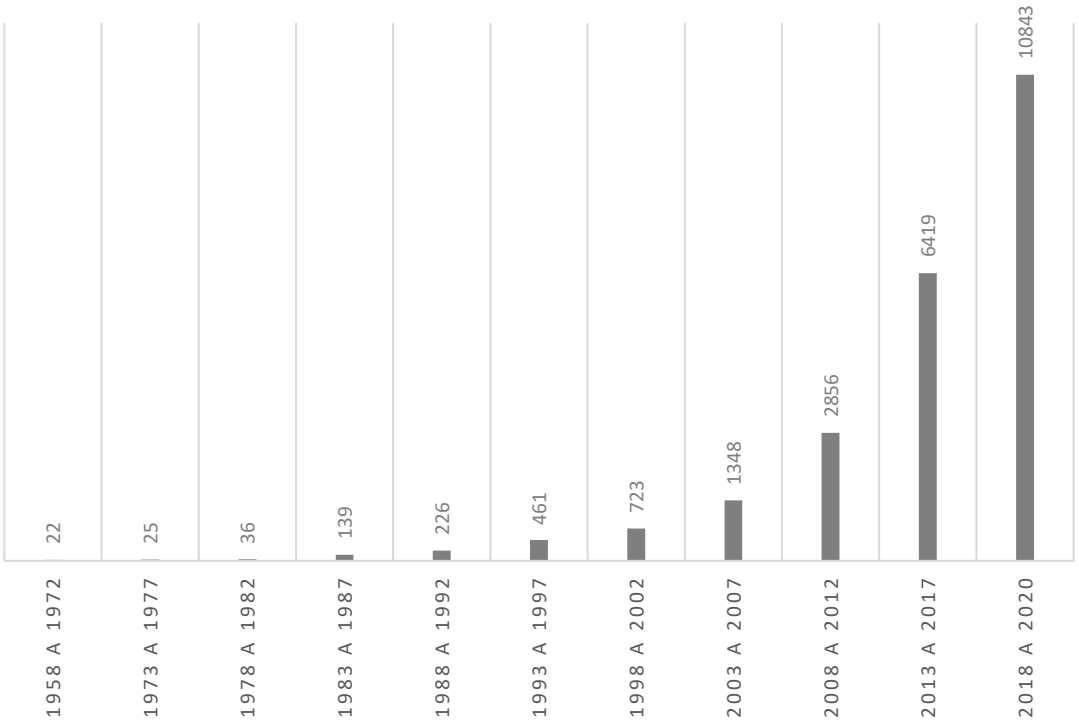
Gráfico No 3: Caracterización de las microempresas de la ciudad de Valledupar



Fuente: Base de datos, suministrada por cámara de comercio de Valledupar 2020.

La tabla anterior nos arroja los primeros resultados sobre la caracterización de las microempresas en Valledupar, de las 23.098 registradas en la cámara de comercio el 45.3% son de comercio, que nos evidencia que casi el 50% de las microempresas en Valledupar son comerciales siguiéndoles las de alojamiento y servicios de comida con un 8,6% no llegando ni al 10% y muchas otras ni siquiera llegan al 1%. Es muy importante saber cómo estas microempresas manejan la parte tecnológica y digital, para que puedan incluir el humanismo digital en su cultura organizacional.

Gráfico No 4: Número de empresas creadas por rango de años

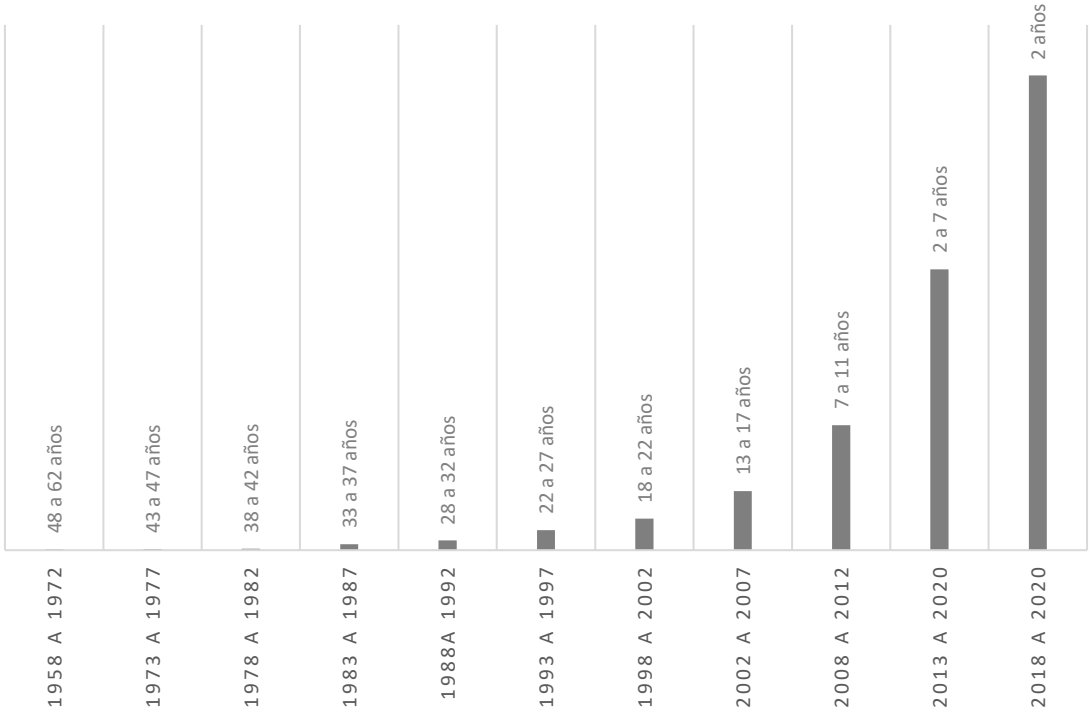


Fuente: Base de datos, suministrada por cámara de comercio de Valledupar 2020.

En la tabla anterior vemos los resultados del número de empresas que fueron creadas en la ciudad de Valledupar desde el año 1958 al 2020, donde se ve reflejado el crecimiento tan grande en la última década, resaltando el tiempo entre 2018 y 2020 donde fueron creadas 10.843

empresas, esto es gracias al revolucionario mundo de las ventas online, ya que muchas empresas trabajan bajo este modelo de negocio y no requieren de un punto físico, acá vemos un claro reflejo del humanismo digital, porque con la ayuda de las redes pueden llegar a clientes que no estén necesariamente en su ciudad, región o nación y ser más competitivos en el mercado.

Gráfico No 5: Años de funcionamiento de las microempresas



Fuente: Base de datos, suministrada por cámara de comercio de Valledupar 2020.

Este grafico nos refleja los años de funcionamiento que tienen las empresas en la ciudad de Valledupar donde las más recientes tienen mínimo dos años de funcionamiento y las más antiguas hasta 62 años de funcionamiento en el mercado, es evidente que estas últimas se han sabido adaptar muy bien a los cambios que se han dado a lo largo de los años y por eso aún siguen vigentes, he ahí donde se ve la importancia de integrar el humanismo digital a la cultura organizacional, ya que así la empresa se vuelve más flexible y le es muy fácil acoplarse a los cambios tecnológicos que se vienen dando en el mundo empresarial y seguir en pie en el mercado.

4.1. Resultados de la encuesta

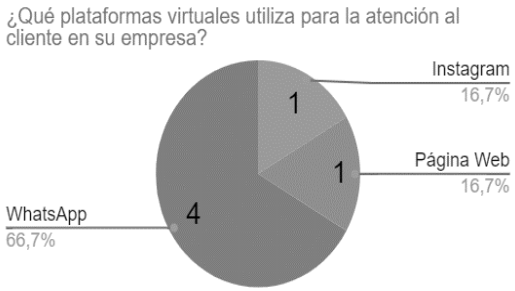
Se tomó como muestra piloto seis empresas ubicadas en la ciudad de Valledupar según la base de datos de la Cámara de Comercio de Valledupar, para realizar la investigación se aplicó una encuesta con preguntas cerradas.

Gráfico No 6: ¿Conoce el Humanismo Digital?

Fuente: Formularios de Google

Vivimos en un mundo digital, global y conectado, el resultado evidencia que se debe sensibilizar a las empresas sobre el Humanismo Digital, que permite ir a la vanguardia de los tiempos. Con base en este tipo de conocimiento concientizar a las empresas de implementar estrategias digitales que aporten al crecimiento de la empresa.

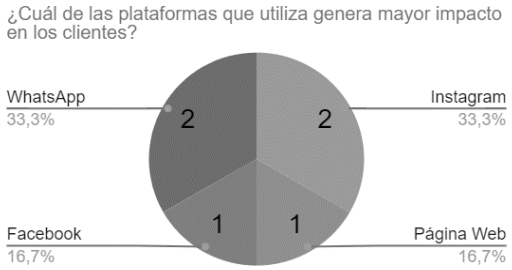
Gráfico No 7: ¿Qué plataformas virtuales utiliza para la atención al cliente en su empresa?



Fuente: Formularios de Google

La competencia de orientación al cliente exige de las organizaciones entender, comprender y saber interactuar con los clientes en el contexto digital que estamos describiendo. Los nuevos clientes en la era digital son más exigentes y autónomos, requieren una atención más personalizada y una mejor gestión de las organizaciones.

Gráfico No 8: ¿Cuál de las plataformas que utiliza genera mayor impacto en los clientes?



Fuente: Formularios de Google

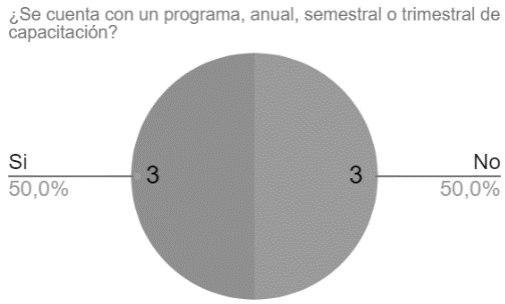
Se evidencia que Instagram y WhatsApp como plataformas digitales son las que generan mayor impacto en los clientes. Instagram que ha crecido de forma amplia en los últimos años. Entre Facebook, Twitter e Instagram, esta última es la que tiene mayor número de usuarios activos al mes y WhatsApp es líder en mensajería instantánea en gran parte del mundo, en el que supera los 2000 millones de usuarios. El uso de plataformas digitales es imprescindible para la viabilidad de la organización.

Gráfico No 9: ¿La empresa utiliza de forma eficiente recursos y herramientas digitales?

Fuente: Formularios de Google

El mundo de las empresas ha cambiado radicalmente en los últimos años como consecuencia de los avances tecnológicos en todos los ámbitos de la sociedad, cada vez se utilizan más las herramientas y canales digitales en los procesos tanto internos como externos, esto es sin duda un paso importante hacia la digitalización.

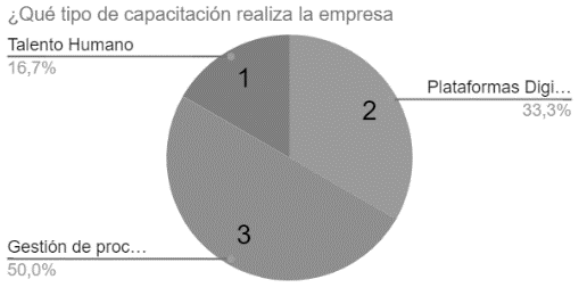
Gráfico No 10: ¿Se cuenta con un programa anual, semestral o trimestral de capacitación?



Formularios de Google

Las empresas están en la necesidad de comprender que las capacitaciones no se tratan de un gasto innecesario, sino de una inversión mucho más productiva, por medio de estas las empresas perfeccionan las habilidades y funciones en las diferentes áreas, además que se impulsa la **Fuente:** productividad y los objetivos empresariales.

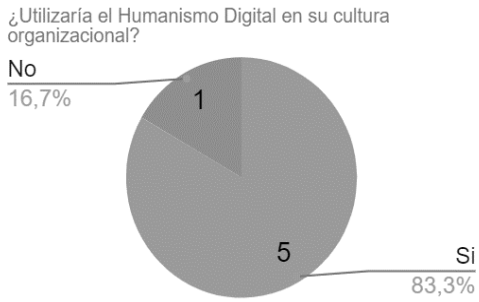
Gráfico No 11: ¿Qué tipo de capacitación realiza la empresa?



Fuente: Formularios de Google

Se evidencia la búsqueda constante de las empresas por la mejora continua y gestionar de forma eficiente los procesos internos y externos, haciendo uso y aprovechando el auge de las herramientas digitales, las cuales permiten gestionar y planificar en cualquier lugar y a cualquier hora.

Gráfico No 12: ¿Utilizaría el Humanismo Digital en su cultura organizacional?



Fuente: Formularios de Google

Las organizaciones deben ser capaces de ver el cambio digital como una gran oportunidad para adaptarse, aprender, reaprender, evolucionar y avanzar. El resultado positivo que se evidencia, genera un gran valor al objetivo de esta investigación, la realidad económica que se vive, invita a las empresas a integrar el humanismo digital e impulsar el desarrollo interno de estas competencias digitales.

4.2. Conclusiones

De acuerdo al primer objetivo el cual permitió caracterizar las microempresas ubicadas en Valledupar, y teniendo en cuenta los resultados, se concluye que existen 23.098 registradas en la cámara de comercio, donde predomina un 45,3% de microempresas comerciales, de acuerdo a estas estadísticas este sector es el más atractivo como principal generador de ingresos, siguiéndoles las de alojamiento y servicios de comida con un 8,6%.

Con relación al segundo objetivo sobre describir las estrategias del Humanismo digital en la cultura organizacional de las microempresas de Valledupar se concluye que las microempresas que se han mantenido en el tiempo han incluido las estrategias digitales y se han adaptado a los cambios digitales que han surgido, sumándole importancia a las capacitaciones e involucrando nuevos procesos en donde se vincula la tecnología, la digitalización, la sistematización, redes sociales y la humanización digital. Se evidencia el uso frecuente de plataformas digitales para la comunicación externa e interna lo que enmarca un paso importante para la digitalización en las organizaciones.

El humanismo digital se ha convertido en uno de los actores importantes y fundamentales en el proceso de transformación tanto en el ámbito empresarial como en el ámbito social y cultural, sin embargo, es necesario la sensibilización y la formación digital dentro de las organizaciones, ya que de nada sirve la infraestructura digital de última tecnología, recursos y plataformas digitales, si no saben cómo utilizarlas de manera creativa e innovadora y sean soporte para el crecimiento de la organización.

Referencias

Blanco, H. M. (07 de MAYO de 2020). *LA REPUBLICA*. Obtenido de https://www.larepublica.co/empresas/conozca-las-condiciones-de-debe-cumplir-una-empresa-para-ser-considerada-pyme-3002771#:~:text=Las%20microempresas%20son%20las%20que,y%20menores%20a%205.001%20smmlv.

CAPACIPACIONES EMPRESARIALES.ORG. (s.f.). Obtenido de https://capacitacionesempresariales.org/tipos-de-capacitaciones/

Chiavenato. (1999). *Administración de recusos humanos.* Mc Graw.

Clotet. (2020). *Humanismo digital*. Obtenido de https://joanclotet.com/humanismo-digital/

COLOMBIA, C. D. (10 de JULIO de 2000). *Ley 590 de 2000 Nivel Nacional.* BOGOTA: Diario Oficial 44078. Obtenido de https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672

COLOMBIA, C. D. (16 de JULIO de 2008). *LEY 1221 DE 2008*. Obtenido de http://www.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/marco-legal/Ley-1221-2008.pdf

colombia, I. (2020). *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Obtenido de https://www.centrosdetransformaciondigital.gov.co/695/w3-channel.html

Comunicaciones, M. d. (s.f.). *GOV.CO*. Obtenido de https://www.teletrabajo.gov.co/622/w3-article-8228.html

Comunicado Gobernacion del Cesar. (2021). *Gobernación del Cesar lanzó Plan de digitalización gratuito para pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de https://portalenlace.com.co/gobernacion-del-cesar-lanzo-plan-de-digitalizacion-gratuito-para-pequenas-y-medianas-empresas/

DECONCEPTOS.COM. (s.f.). Obtenido de https://deconceptos.com/general/microempresa

España, G. d. (2020). España digital 2025.

ESTRATEGIA DEL CONTENIDO. (s.f.). Obtenido de https://www.estrategiadelcontenido.com/glosario.php?pag=estrategia_digital

GESTIONORGANIACIONAL. (24 de MARZO de 2009). *FEEDS*. Obtenido de https://gestionorganizacional.wordpress.com/

GIU, W. (s.f.). Obtenido de https://waltergiu.com/blog/que-es-una-estrategia-digital

Iniesta. (2017). *Humanismo digital: algoritmos y personas, en TRICIab, Market Real*. Obtenido de https://www.marketreal.es/2017/04/humanismo-digital-triclab/

Iniesta, I. (2017). *MARKETREAL*. Obtenido de https://www.marketreal.es/2017/04/humanismo-digital-triclab/

INNPULSA COLOMBIA. (2020). *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Obtenido de https://www.centrosdetransformaciondigital.gov.co/695/w3-channel.html

Leadbeater, C. (2008). *We Think: Mass Innovation, not Mass Production,*. londres.

LEY 2069 DEL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020. (s.f.). Obtenido de

https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf

Luna. (2017). *La regiòn Caribe es lìder nacional en avance de la economìa digital*. Obtenido de mintic.gov.co: https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Noticias/61474:La-region-Caribe-es-lider-nacional-en-avance-de-la-economia-digital-Ministro-David-Luna

MARKETING, B. D. (s.f.). *REDES SOCIALES*. Obtenido de https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/

Molano, valencia, priani. (2020). *Nuevos retos del humanismo en la era digital (foro humanismo en la era digital 2020)*. Obtenido de https://www.areandina.edu.co/noticias/nuevos-retos-del-humanismo-en-la-era-digital

COLOMBIA, C. D. (2008 de JULIO de 16). *LEY 1221 DE 2008*. Obtenido de http://www.desarrolloeconomico.gov.co/sites/default/files/marco-legal/Ley-1221-2008.pdf

RODRIGUEZ, J. (12 de SEPTIEMBRE de 2019). *RANKIA*. Obtenido de https://www.rankia.co/blog/analisis-colcap/4317884-que-son-plataformas-digitales-para-sirven

SILVA, D., & REYGADAS, L. (2013). Tecnología y trabajo colaborativo.

Tamayo y Tamayo, M. (2006). *Técnicas de Investigación.* Mexico: Mc Graw Hill.

VIDEGARAY, S. (10 de MARZO de 2020). *AONIALEARNING*. Obtenido de https://aonialearning.com/herramientas/herramientas-digitales-en-el-aula/#:~:text=Una%20herramienta%20digital%20hace%20referencia,el%20uso%20de%20la%20herramienta

Villagram. (s.f.). *La Cultura Organizacional*. Obtenido de https://www.ebc.mx/educacioncorporativa/articulos/la-cultura-organizacional-php

Villegas. (2019). *Libro Viaje al centro del humanismo digital*. Obtenido de https://www.luispardoparedes.com/libros/humanismo-digital/

Villegas. (2020). *La visiòn humanìstica de la tecnologìa, Citrix Colombia*. Obtenido de https://www.portafolio.co/innovacion/la-vision-humanistica-de-la-tecnologia-543701

YA, I. (31 de MAYO de 2021). *INTERNET YA SOLUCIONES WEB*. Obtenido de https://www.internetya.co/las-10-principales-ventajas-del-e-learning/

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO DE EMPRENDIMIENTO EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR

Lina Fernanda Ortiz Perafan
lfernandaortiz@unicesar.edu.co.

Darwin Ortiz Cerchar
darwinortiz@unicesar.edu.co.

Jhoemir Pastrana Galván
jpastranag@unicesar.edu.co.

Martha Lucia Mendoza Castro
marthamendoza@unicesar.edu.co.

ASOCIATIVIDAD COMO MODELO DE EMPRENDIMIENTO EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR

Lina Fernanda Ortiz Perafan
lfernandaortiz@unicesar.edu.co.

Jhoemir Pastrana Galván
jpastranag@unicesar.edu.co.

Darwin Ortiz Cerchar
darwinortiz@unicesar.edu.co.

Martha Lucia Mendoza Castro
marthamendoza@unicesar.edu.co.

Resumen

La investigación tiene como objetivo identificar la Asociatividad como modelo de emprendimiento en la ciudad de Valledupar, Durante la investigación se desarrolló la revisión sistemática de la literatura siguiendo las directrices de Prisma, la revisión se ejecutó utilizando la base de datos Google Académico, y demás Documentos relacionados con la cadena de palabras claves utilizadas, tales como: Asociatividad, Emprendimiento, estrategias, competitividad y empresarial. Para la obtención del propósito de la investigación se aplica el método basado en cinco fases; fase uno; Identificación- búsqueda de fuentes bibliográficas-criterios de inclusión; fase dos, selección de estudios; fase tres, tipo de investigación cuantitativa-descriptiva; fase cuatro, diseño de campo no experimental-transeccional; fase cinco, población, muestra y técnica de recolección de la información; fase seis; recolección la información fundamentada de campo y de diseño no experimental tipo transaccional descriptivo, cuya población objetivo está ubicada en el municipio de Valledupar conformada por 16 empresas asociativas, de las cuales 6 son pequeñas empresas y 10 medianas empresas según la base de datos de cámara de comercio de la ciudad de Valledupar. Los resultados obtenidos muestran un crecimiento de las empresas Asociativas en la ciudad de Vallaedupar desde el año 1998 hasta el año 2020, asi mismo realizaron su Renovacion en la Camara de Comercio de Valledupar a partir del año 2017, se evidencia que el sector productivo donde las empresas Asociativas con mas operaciones son de Actividades de servicios, seguido de Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social, y Actividades profesionales, científicas y técnicas.

Palabras claves: Asociatividad, emprendimiento, estrategias, competitividad y empresarial.

Abstract

The objective of the research is to identify Associativity as a model of entrepreneurship in the city of Valledupar. During the research, a systematic review of the literature was developed following the guidelines of Prisma, the review was carried out using the Google Academic database, and other Documents related to the chain of keywords used, such as: Associativity, Entrepreneurship, strategies, competitiveness, and business. To obtain the purpose of the investigation, the method based on five phases is applied; phase one; Identification - search of bibliographic sources - inclusion criteria; phase two, selection of studies; phase three, type of quantitative-descriptive research; phase four, non-experimental-transectional field design; phase five, population, sample and information gathering technique; phase six; collection of grounded field information and non-experimental descriptive transactional design, whose target population is located in the municipality of Valledupar made up of 16 associative companies, of which 6 are small companies and 10 medium-sized companies according to the database of the Chamber of Commerce. commerce of the city of Valledupar. The results obtained show a growth of the Associative companies in the city of Valledupar from the year 1998 to the year 2020, they also carried out their Renovation in the Chamber of Commerce of Valledupar from the year 2017, it is evident that the productive sector where the Associative companies with more operations are Services Activities, followed by Human health care and social assistance activities, and Professional, scientific, and technical activities.

Keywords: Associativity, entrepreneurship, strategies, competitiveness, and business.

Introducción

González, L. (2003), La asociatividad puede ser entendida como decisiones estratégicas adoptadas por dos o más empresas, entre las que no existe una relación de subordinación, que optan por coordinar parte de sus acciones de cara a la consecución de un objetivo. En conformidad con lo anterior, la importancia de la asociatividad es la capacidad que tienen los integrantes de un grupo de poder cumplir con sus objetivos y capitalizar su empresa, por medio de actividades económicas que realicen conjuntamente, identificándose como una misma unidad, Cabe resaltar los aspectos de importancia en la implementación de un proceso asociativo puede facilitar una adaptabilidad y estabilidad de una empresa con el pasar del tiempo. Por otra parte, identificar las ventajas que se pueden obtener de la asociatividad como emprendimiento empresarial para evolucionar y prestar otros servicios que no se pueden ofrecer si no se cuenta con un grupo empresarial, logrando un mejor posicionamiento de los empresarios y llegando a sectores del mercado en los que no se había podido llegar. Tomando como base principal la cooperación y ayuda mutua, estableciendo objetivos en común dentro del grupo empresarial, compartiendo sus fortalezas y debilidades. La asociatividad es una de las alternativas necesarias para que las pequeñas y mediana Empresas (Pymes), puedan enfrentar los diferentes cambios estructurales en el mundo de una manera más eficaz logrando así un mejor desarrollo y posicionamiento en los diversos mercados, en la actualidad las pequeñas y mediana Empresas (Pymes) cumplen un papel importante en los mercados locales, nacionales e internacionales, con el objetivo de asociarse entre sí para fortalecer su desarrollo competitivo. Por otra parte, es importante mencionar que la asociatividad es la capacidad de una cadena productiva para trabajar juntos, mediante el desarrollo de esquemas de trabajo que permitan obtener beneficios en cuanto a disminución de costos y sincronización de la cadena para el aumento de la competitividad.

"En Brasil se constituyeron las Aglomeraciones de Productores Locales, APL, bajo el mando de Servicio brasileño de apoyo a las micro y pequeñas empresas (SEBRAE), entidad sin fines lucro que surgió de la unión entre sectores público y privado y se reconoce como un instrumento de cooperación para el desarrollo. Las APL se esfuerzan por incentivar el desarrollo de la capacidad competitiva de las empresas medianas y pequeñas a través del clúster y de las cadenas productivas. Hoy se reconoce que las APL son una exitosa estrategia de desarrollo dentro de la política industrial de competitividad y desarrollo local, al actuar como polos de desarrollo industrial en la región" *Gutiérrez, M. (2012).* De acuerdo con Gutiérrez Mejía, las APL lo que buscan es reactivar la capacidad competitiva de las empresas, para que dichas empresas, posean un mayor desarrollo y competencia, generando mayor desarrollo local y de las empresas mismas, promoviendo y generando así un mayor desarrollo a nivel regional y generando mayor competitividad en el sector y productividad y eficiencia en las empresas que están siendo participes de dicha APL.

En Colombia, la asociatividad desarrolla elementos de acción conjunta y cooperación, que ayuden a que las empresas tengan un crecimiento y posicionamiento en el mercado, ofreciendo una organización más competitiva a nivel global. Actualmente las compañías que laboran mediante alianzas estratégicas generan mayores oportunidades no solo en la industria, sino en entidades que promuevan el desarrollo y comercio. Desde 2012 el Gobierno colombiano, a través del Departamento Nacional de Planeación (DNP), viene trabajando en la construcción de modelos de alto impacto desde la innovación social para resolver las problemáticas sociales que afectan al país. En este contexto gubernamental, la innovación social es entendida como el proceso que crea valor para la Sociedad desde las prácticas, modelos de gestión, productos o servicios que se orientan a una necesidad, recogen una oportunidad y responden a un problema de manera eficiente y eficaz (DNP, 2014), Si se hace hincapié en la relación entre la promoción y el fomento del emprendimiento social que surge en la economía campesina, se debe comprender la trayectoria del fomento de la Economía Solidaria colombiana. De esta forma, se plantean diversos elementos que este artículo se considera importantes para la discusión. En primer

lugar, las prácticas innovadoras en la economía campesina emergen y se consolidan como instituciones económicas, sociales y culturales desde los principios de la asociatividad. En segundo lugar, el rol de actores socioeconómicos, como los emprendedores sociales, generan valor agregado en el sistema socio productivo que está impulsado por procesos de innovación social *Guzmán, A. y Trujillo, M. (2008).*

En Valledupar, Cesar, los cambios económicos, políticos y el surgimiento de la nueva dinámica empresarial requieren que las empresas de minería a pequeña escala conciben el proceso de la implementación de nuevos modelos de ecosistemas de emprendimiento e innovación, donde la realidad social representa un espacio cada vez más complejo y diverso, trayendo consigo un cumulo de desafíos para la sociedad, donde la creatividad de las estrategias que se deben aplicar para los problemas socioeconómicos en estos cambios globales para las empresas. De esta manera, las innovaciones necesarias se derivan desde los empresarios emprendedores, quienes son capaces de identificar las oportunidades para obtener ganancias, mientras direccionan desafíos sociales, económicos, empresariales logrando que el emprendimiento sea sostenible. En este sentido, las empresas de minería a pequeña escala ubicadas en la ciudad de Valledupar requieren definir las vías que permiten seguir hacia el desarrollo ecosistemas de emprendimiento aportando con claridad a partir de referentes conceptuales y metodológicos adecuadamente sustentados. *Mendoza, M., (2020).* La asociatividad desarrolla elementos de acción conjunta y cooperación, que ayuden a que las empresas tengan un crecimiento y posicionamiento en el mercado, ofreciendo una organización más competitiva a nivel global. Actualmente las compañías que laboran mediante alianza estratégicas generan mayores oportunidades no solo en la industria, sino en entidades que promuevan el desarrollo y comercio.

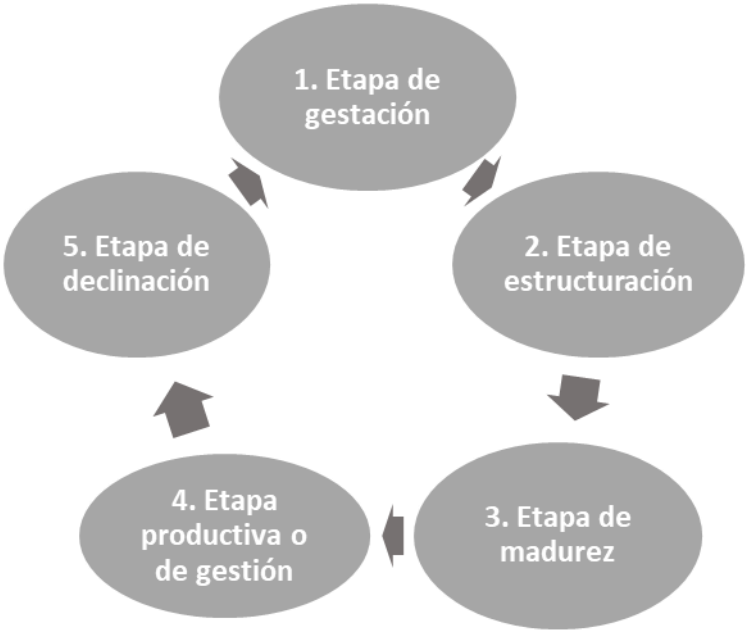
MARCO TEÓRICO

Fernández G., Narváez M. & Senior, A. (2008) Explican que la asociatividad es un proceso a través del cual se promueve la construcción de "sistemas empresariales que buscan la formación de entornos competitivos e innovadores" (p. 77), a partir del aprovechamiento de las ventajas derivadas de la proximidad territorial, la tradición empresarial en la zona geográfica, las relaciones comerciales y la cooperación para competir en un determinado mercado." Basado en lo expuesto anteriormente por el autor, la asociatividad es un mecanismo mediante el cual las pequeñas y medianas empresas (Pymes) unen esfuerzos conjuntamente para ser competitivos y solidos a nivel global y así poder lograr resultados exitosos que conlleven a mejorar la gestión, la productividad y la competitividad de las empresas asociadas. Así mismo permite a las empresas fortalecer sus condiciones de productividad, lo cual le permite ampliar los mercados a nivel global.

En este contexto para las pequeñas y medianas empresas (pymes) es cada vez más difícil operar de forma individual debido a su tamaño organizacional y las dificultades operativas que están pueden presentar, es por ello que surge la necesidad de implementar la Asociatividad como una estrategia mediante el cual las pequeñas y medianas empresas se unen para trabajar cooperativamente y así enfrentar las dificultades debido al crecimiento de las grandes industrias a nivel global. Así mismo La asociatividad se entiende como «un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. *López, A, (2003)*. Por consiguiente, cabe resaltar que la asociatividad es de carácter voluntario donde las partes expresan su colaboración en mutuo acuerdo, y adoptan estas medidas y /o estrategias para perseguir un bien en común.

Etapas del proceso asociativo: En el proceso de formación de un grupo asociativo se pueden distinguir distintas fases que, Según *Pallares, Z. (1998).* La asociatividad consta de 5 etapas, que se desarrollan a continuación.

Gráfico 1, etapas del proceso Asociativo



Fuente, *Pallares, Z. (1998). Adaptado por Ortiz, Ortiz y Pastrana (2021)*

1. Etapa de gestación: Durante este período se despierta el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comienzan las acciones para la creación e integración del grupo Asociativo, se analiza el potencial de cada una de las empresas, las ventajas de llevar adelante el proyecto.

2. Etapa de estructuración: En esta etapa, los empresarios ya han definido su rol dentro del grupo y han aceptado al mismo como herramienta para alcanzar el o los objetivos planteados. En este momento se definen las estrategias a seguir para el logro de los objetivos comunes.

3. Etapa de madurez: A esta altura del proceso de desarrollo, los empresarios ya han definido pautas de organización del grupo, el mismo ha adquirido identidad como tal, y existe claridad sobre las acciones a seguir. En esta etapa se define la Forma jurídica, basándose en las necesidades planteadas por la actividad a desarrollar. Así se crean las bases para la auto sostenibilidad del grupo.

4. Etapa productiva o de gestión: Este es el período donde se llevan a cabo las acciones para la obtención de los resultados esperados. Los procesos operativos internos se agilizan para llevar adelante la gestión empresarial.

5. Etapa de declinación: Esta etapa comienza cuando los rendimientos de la gestión disminuyen y la relación costo-beneficio del accionar del grupo es negativa. Es aquí donde deberá tomarse la decisión de desintegrar el grupo o iniciar nuevos proyectos.

MODELOS DE EMPRENDIMIENTO BASADOS EN LA ASOCIATIVIDAD

De acuerdo con *Ruiz, Z. (2012).* existen 5 modelos de emprendimiento de Asociatividad que se presentan continuación:

Gráfico 2 Modelos de asociatividad

Fuente*:* Zaida Yurany Ruiz Rozo. Adaptado por Mendoza, Ortiz, Ortiz y Pastrana (2021)

Minicadenas productivas: Son el agregado de actividades desde la obtención de insumos, su transformación, comercialización y llegada al consumidor final; caracterizadas por un reducido número de productores, estas se presentan generalmente en el sector agrícola como cadenas agro alimentarías.

Cadenas productivas: Cumplen las mismas condiciones de las minicadenas, pero, con la excepción de que el número de productores es más amplio dado el tipo de actividad. Se puede decir que es una forma de análisis subsectorial. Se constituyen en sectores agroindustriales desde

la provisión de insumos y la unidad productiva hasta el mercadeo final, en esta se incluye organizaciones empresariales y servicios de apoyo conexos al sector.

Kerietsu: son las comunidades empresariales de los fabricantes y sus suministradores directos. Estos proveedores directos suministran exclusivamente a un único fabricante con el que generalmente se conectan tanto en capital y con frecuencia también en los aspectos corporativos con quién cooperar en todas las cuestiones de

gestión. Son grandes grupos industriales, uno de los tres modelos de propiedad más utilizados en Japón.

Consorcio: Este modelo consiste en, acuerdo entre varias empresas cuyo objetivo principal es desarrollar una actividad económica que va a resultar en rendimientos para todas y cada una de ellas. Un caso muy común de consorcio se presenta en las grandes obras de construcción de infraestructura vial, en las cuales se asocian varias empresas (sin llegar a fusionarse) que se especializan o tienen fortalezas en diferentes campos, unas en topografía, otras en geología, otras porque tienen la maquinaria pesada, otras debido a la calidad de sus ingenieros civiles, etc. [...] Los consorcios suponen ventajas como: Aumentar y complementar la oferta de las empresas individuales, los costos y gastos son compartidos y por lo tanto más asequibles, además hacen más fácil la consecución de recursos financieros.

Clúster: Aglomeración considerable de empresas de diversos sectores de la economía en un área geográfica delimitada, con un perfil de especialización determinado y con redes empresariales interconectadas con servicios de apoyo, este se debe basar fundamentalmente en la cooperación de cada uno de sus eslabones o partes, pesar de la definición formal, hay que entender que un clúster como tal se rige por una serie de relaciones en el común conocidas como redes, donde prima la literalidad; es decir, la capacidad de diálogo con otros sectores al sector base del clúster, en especial cuando se trata de transferencia de conocimiento, pero en general se distinguen: La red horizontal que hace una plena referencia a empresas (pymes, grandes empresas y holding) de similares características en cuanto a tamaño, sector, localización y etapa del proceso productivo. Básicamente estas redes se presentan en relaciones de colaboración entre empresas y con el entorno institucional. Por su parte las redes verticales hacen alusión a la integración de empresas en diferentes condiciones como tamaño, sector y etapa del proceso productivo. Este tipo de redes trata de encontrar sinergia de la

eficiencia con la competitividad entre Empresa-cliente-empresa, empresas-proveedores o proveedores–distribuidores.

Asociatividad de Emprendimiento – Agropecuaria.

La Fundación *Asociarse para Crecer. (2013).* Manifiesta la creación de un modelo de asociatividad para los productores agrícolas del Puente local a nacional con base en el montaje de un centro de acopio para sus productos con la finalidad de distribuir sus productos de forma segura conservando la calidad garantizando el desarrollo del municipio. Como en todo modelo de negocios asociativo, éste es el eslabón más importante y hacia donde se dirigen los esfuerzos comerciales. El cliente financia con sus necesidades la economía de la organización asociativa y la empresa debe orientar hacia ellos una oferta de productos agrícolas a precios competitivos para garantizar su sostenibilidad en el mercado. *Huertas, I. (2011).*

Se ha propuesto un modelo asociativo que integra a varios actores en el panorama agrícola como lo son los productores agrícolas, los proveedores de insumos agrícolas, el consumidor final, el estado y la comunidad general de Puente local a nacional. Este modelo permite agrupar la producción agrícola en un solo órgano a partir del cual se puede realizar con mayor facilidad su comercialización y además la generación de estrategias que permitan mejorar la productividad agrícola en cada una de las familias campesinas *Huertas, I. (2011).* En contraste con los autores citados el modelo asociativo en el sector agrícola busca beneficiar a los pequeños productores campesinos con un financiamiento en sus cultivos y asociándolos con otros sectores comerciales para garantizar la comercialización de sus productos.

Asociatividad de Emprendimiento –Turismo

Las PYMES del sector turismo de Colombia Chile, México se han visto con el reto de buscar nuevas estrategias que puedan impulsar su competitividad para generar una ventaja diferenciadora y atractiva en el mercado internacional. Esta asociatividad puede desenvolverse mediante los acuerdos de la Alianza del Pacífico, en cual ambos países son miembros, ¿y que es la alianza del pacifico? La Alianza del Pacífico es un mecanismo de articulación política, económica y de cooperación e integración entre Chile, Colombia, México y Perú, establecido en abril de 2011 y constituido formal y jurídicamente el 6 de junio de 2012, con la suscripción del Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico. *Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico. 2012* artículo 3 Objetivos.

1. La Alianza del Pacífico tiene como objetivos los siguientes:

a. construir, de manera participativa y consensuada, un área de integración profunda para avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas;

b. impulsar un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías de las Partes, con miras a lograr un mayor bienestar, la superación de la desigualdad socioeconómica y la inclusión social de sus habitantes;

c. convertirse en una plataforma de articulación política, de integración económica y comercial, y de proyección al mundo, con especial énfasis al Asia Pacífico.

2. Para alcanzar los objetivos señalados en este artículo desarrollarán, entre otras, las siguientes acciones: a. liberalizar el intercambio comercial de bienes y servicios, con miras a consolidar una zona de libre comercio entre las Partes;

a. avanzar hacia la libre circulación de capitales y la promoción de las inversiones entre las Partes
b. desarrollar acciones de facilitación del comercio y asuntos aduaneros
c. promover la cooperación entre las autoridades migratorias y consulares y facilitar el movimiento de personas y el tránsito migratorio en el territorio de las Partes
d. coordinar la prevención y contención de la delincuencia organizada transnacional para fortalecer las instancias de seguridad pública y de procuración de justicia de las Partes
e. contribuir a la integración de las Partes mediante el desarrollo de mecanismos de cooperación e impulsar la Plataforma de Cooperación del Pacifico suscrita en diciembre de 2011, en las áreas ahí definidas.

La asociatividad de Emprendimiento – Comercial

Zamora, G. (1998). Es una alternativa de colaboración de empresas para lograr tamaño suficiente que justifique gerencias y tecnología especializadas y de alto costo y así mejorar su competitividad. Las empresas que trabajan de manera conjunta cuentan con el acceso a servicios especializados de tecnología, compra de insumos, comercialización, diseño, procesos industriales, financiamiento, entre otros. De igual modo, facilita el surgimiento de economías de escala que permiten tener acceso a mercados globales con productos diferenciados y acceder a insumos estratégicos a los cuales no tendrían llegada de manera individual debido a las limitaciones de tamaño y capacidad económica. No obstante, este es un proceso que exige confianza, compromiso, persistencia y disciplina. En relación con lo expuesto por autor la asociatividad comercial es una estrategia que hoy en día deben apostarle las Pymes para lograr ser competitivas con las grandes empresas a nivel global.

Asociatividad de Emprendimiento - Pequeña minería

Mendoza, M. (2016). "las empresas de minería a pequeña escala ubicadas en la ciudad de Valledupar requieren definir las vías que permiten seguir hacia el desarrollo ecosistemas de emprendimiento aportando con claridad a partir de referentes conceptuales y metodológicos adecuadamente sustentados". Las innovaciones necesarias se derivan desde los empresarios emprendedores, quienes son capaces de identificar las oportunidades para obtener ganancias, mientras direccionan desafíos sociales, económicos, empresariales logrando que el emprendimiento sea sostenible. Existen condición es en las empresas de pequeña minería que pueden mejorar innovando desde las cinco fases: Prospección, extracción, explotación, beneficios y cierre del proceso de producción. En este sentido la población de estudio según *Chávez, D. (2017),* es el universo de la investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados y está conformada por cuatrocientas dos empresas de pequeña minería que tienen títulos mineros solicitados en la secretaria de Minas del Departamento del Cesar, y la muestra se tomó al azar 20 de las mismas. De tal manera, en la presente investigación se estudiarán los ecosistemas de emprendimiento en las empresas ubicadas en el Departamento del Cesar para mejorar la competitividad en la región. En cuanto a los aportes que realizan los ecosistemas de emprendimiento de las pequeñas minerías a la región, podemos observar que el 30% generan empleos, 19% apoya en educación, salud e infraestructura, el 18% responsabilidad con el medio ambiente y recursos de regalías, 15% desarrollo integral a los empleados. Las alianzas estratégicas asociativas son de vital importancia para el sector minero logrando identificar las oportunidades en el mercado y sacar el mejor provecho a la explotación y extracción beneficiando el proceso de producción que sea sostenible a lo largo de los años, obteniendo rentabilidad y regalías para el departamento y sus municipios, Por otro lado cabe resaltar que emprendimiento es un componente vital de crecimiento y desarrollo económico y social de un país, es el vehículo promotor de la innovación, la productividad y la generación de ingresos, actualmente existen barreras y condiciones en el ecosistema emprendedor de Colombia, que limitan la creación sostenibilidad y crecimiento de

emprendimiento generadores de riqueza, Por tal razón el Departamento Nacional de Planeación decide avanzar en la construcción de una política de emprendimiento, que permita solucionar dichas problemáticas, él se articula con las entidades públicas privadas y académicas del sistema Nacional de competitividad e innovación Nacional y Regional.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Etapa 1: identificación

2.1.1. Búsqueda de fuentes bibliográficas. La selección de estudios se basó en una revisión sistemática de la literatura siguiendo las directrices de Prisma (Urrutia & Bonfil, 2010). La revisión se ejecutó utilizando las bases de datos Google Académico, y demás documentos relacionados con la cadena de palabras claves utilizadas fueron "Asociatividad" y “Emprendimiento”. Además, se acudió a documentos gubernamentales y estadísticas relacionadas con el tema.

2.1.2. Criterios de inclusión. Se incluyeron publicaciones de 1991 a 2020 provenientes de fuentes académicas de revisión por pares. Todos los documentos debían contener en el título el término "Asociatividad" y en todos los campos “Emprendimiento” y las políticas asociadas a la variable.

2.2 Etapa 2: Selección de estudios. Se examinó el texto completo de cada artículo, documentos pertinentes y políticas relacionados con Asociatividad Empresarial y Modelo de Emprendimiento como estrategia para el aumento de la competitividad. De igual manera, para cada artículo seleccionado, resumimos la siguiente información: etapas del proceso asociativo, políticas del emprendimiento en Colombia, modelos de

emprendimientos asociativos, y ley de turismo, deporte, minera, Sistema Nacional de investigación Agropecuaria.

El Mapeo de Actores: El Mapeo de Actores se realizó con base en dos fuentes: (i) en las encuestas aplicadas en la sociedad civil (población de Valledupar), como parte del diagnóstico preliminar; y (ii) consulta en la base de datos de la Cámara de Comercio de Valledupar para identificar las empresas asociativas de la ciudad. En el desarrollo de toda la investigación se realizó según Hernández, Fernández y Baptista (2010) aplicando el paradigma cuantitativo que define la variable, de la misma manera, este estudio es descriptivo porque comprende la descripción, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. De igual manera es un diseño no experimental, transversal, por cuanto no se realiza manipulación intencional de la variable Asociatividad, ya que las mismas serán medidas y analizadas en sus condiciones naturales, en una sola oportunidad buscando obtener información necesaria para el logro de los objetivos planteados empleando técnicas apropiadas para este estudio.

La población de estudio según Chávez (2007), es el universo de la investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados y está conformada por dieciséis empresas asociativas, la muestra se tomó en el registro de la base de datos de la Cámara de Comercio (2020) el cual, seis son pequeñas empresas y diez son medianas empresas ubicadas en los municipios de Valledupar. De tal manera, en la presente investigación se estudiará la asociatividad como modelo de emprendimiento en el municipio de Valledupar. En este sentido, se plantea que el diseño de la investigación es posible categorizarla en función del tipo de datos a ser recogidos, clasificándole en dos (2) grandes grupos: por una parte, la investigación de tipo bibliográfico, y por otra la investigación de campo, según Bavaresco (2004), son aquellas que permiten obtener información en el lugar mismo donde suceden los hechos, recogiendo los datos directamente de la realidad, definiendo los autores que se "realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio, ello

permite el conocimiento a fondo del problema por parte de los investigadores y se realiza a través de verificación de datos y cuestionarios que permitirán caracterizar las pequeñas y medianas empresas asociativas en el municipio de Valledupar.

La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario que según Hernández y otros (2006, p. 341), "consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los informantes".

Gráfico 3 Empresas Asociativas en Valledupar

SECTOR EMPRESARIAL	CANTIDAD
Pequeñas Empresas	6
Medianas Empresas	10
Total de Empresas asociativas en Valledupar	16

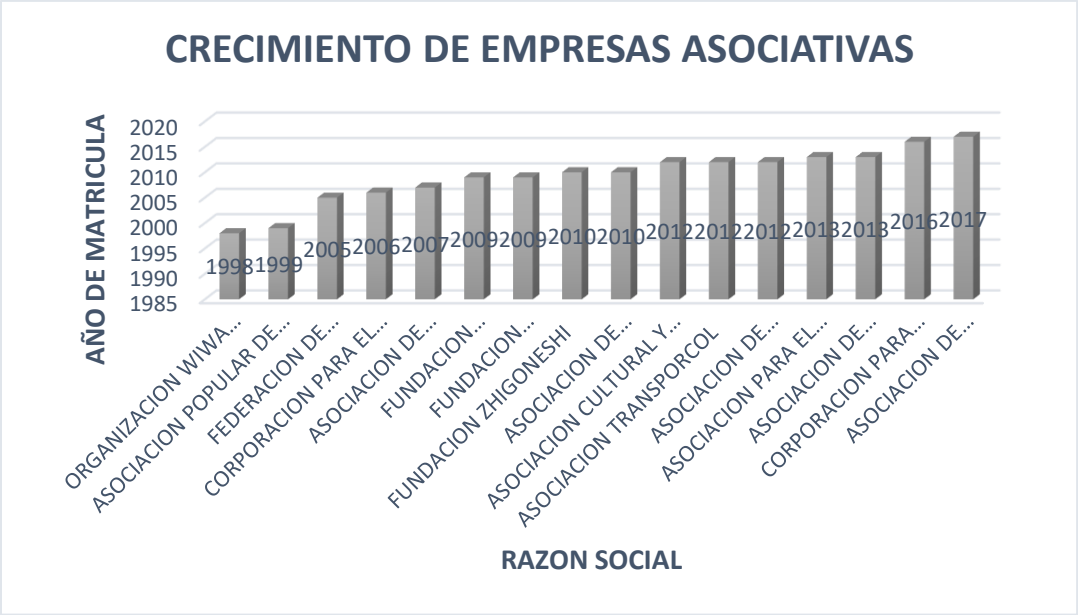
Fuente, *Elaboración Propia. Base de datos documento Cámara de Comercio de Valledupar (2021)*

La población encuestada está conformada por las empresas de la ciudad de Valledupar, el cual, están legalmente constituidas y su totalidad para esta investigación son de 16 empresas Asociativas clasificadas en el sector empresarial en pequeñas y medianas empresas. Por lo tanto, la muestra de la población encuestada, se obtiene la información conforme al desarrollo de estudio de esta investigación, el cual, se efectuará la medición y la observación de la variable como objeto de estudio según Chávez (2007).

RESULTADOS

Se analizó los resultados de la investigación, luego de la recolección de los datos, así como su procesamiento estadístico, los cuales se presentan en gráficos para cada uno de los indicadores construidos para dar respuesta al objetivo general de la investigación dirigido a Identificar la asociatividad como modelo de emprendimiento de las pequeñas y medianas empresas de Valledupar. A continuación, se presentan los gráficos con resultados obtenidos del instrumento aplicado a empresas asociativas, con la finalidad de identificar el crecimiento, renovación y sectores productivos de las empresas asociativas del municipio de Valledupar.

Gráfico 4. Crecimiento de empresas asociativas en Valledupar 1998– 2020



De acuerdo al grafico se muestra un crecimiento de las empresas Asociativas en la ciudad de Vallaedupar desde el año 1998 hasta el año 2020.

Gráfico 5. **Renovación de empresas asociativas en Valledupar 1980 – 2020**

De acuerdo al grafico anterior se evidencia que las Empresasa Asocitivas realizaron su Renovacion en la Camara de Comercio de Valledupar.

Gráfico 6. Sector productivo de empresas asociativas en Valledupar 1980 – 2020

De acuerdo al grafico anterior se evidencia que el sector productivo donde las empresas Asociativas con mas operaciones son de Actividades de servicios, seguido de Actividades de

atención de la salud humana y de asistencia social, y Actividades profesionales, científicas y técnicas.

Revisados la base de datos del sector empresarial de la cámara de comercio de la ciudad de Valledupar se identifica que las primeras asociaciones se constituyeron en el año 1980, de igual manera se evidencia el crecimiento de las empresas asociativas que realizan sus operaciones en la actualidad con una renovación del año 2020 en la Cámara de Comercio de la ciudad de Valledupar.

Dentro del análisis cienciometrico se abarco la identificación de las políticas relacionadas con asociatividad y emprendimiento en Colombia, el departamento del cesar y el municipio de Valledupar. En este orden de ideas se diseña una tabla de cortejo que permite hacer el comparativo de la política articulada con los sectores productivos asociados en la ciudad de Valledupar.

Cuadro número 1, Tabla de cortejo para la política de la asociatividad como modelo de emprendimiento.

Políticas Nacionales	Objetivo	Agropecuaria	Turismo	Comercial	Pequeña minería
Ley 2069	Establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Dicho marco delineará un enfoque regionalizado de acuerdo con las realidades socioeconómicas de cada región.	X		X	
Ley de turismo 2068	Fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para		X	X	

	impulsar la transformación y las oportunidades del sector.				
Ley SNIA	Crear una puesta en marcha del Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria (SNIA), compuesto por subsistemas, planes estratégicos, instrumentos de planificación y participación, plataformas de gestión, procedimientos para su implementación, así como mecanismos para su financiación, seguimiento y evaluación.	X		X	
Plan de desarrollo departamental	Articular el desarrollo social con el desarrollo económico; brindando oportunidades que permitan potencializar las inversiones dentro de la región, alcanzado el cumplimiento de las metas propuestas dentro del plan, beneficiando principalmente a los más pobres y vulnerables, aumentando de esta manera las inversiones sociales para que los recursos se traduzcan en mejores resultados,			X	

	permitiendo fortalecer todos los sectores y promoviendo la garantía de derechos con una atención integral de los mismos, recorriendo el camino del desarrollo y la PAZ.				
Plan de desarrollo local	Potencializar las inversiones de capital de conocimiento y productividad frente a las necesidades de bienestar de los ciudadanos, promoviendo las alianzas público privadas sociedad civil, la cooperación internacional focalizada en el desarrollo económico innovador y brindando oportunidades de crecimiento e innovación con la implementación de planes, programas y proyectos dirigidos y orientados al mejoramiento de la calidad de vida de los vallenatos, la prosperidad y el desarrollo territorial, con la búsqueda permanente de un municipio sostenible e inteligente que permita mejorar la	X	X	X	

	infraestructura, la logística y los servicios urbanos y rurales.				
Documento PDET	Planificar e implementar de manera prioritaria los planes sectoriales y programas en el marco de la Reforma Rural Integral y las medidas pertinentes que establece el Acuerdo Final, en los municipios priorizados.	X	X		
Decreto 1378 DE 2020 pequeña minería	Que con el fin de fomentar la legalización y formalización en la actividad minera, el Gobierno nacional apoyará e incentivará a los Mineros de Pequeña Escala que se definen en el presente Decreto, para que desarrollen sus actividades bajo los instrumentos normativos vigentes, con altos estándares técnicos, sociales, garantizando en toda su actuación el derecho al medio ambiente sano, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 8, 79 y 80 de la Constitución Política, aprovechando de forma				x

	óptima y racional el potencial de los recursos naturales no renovables existentes en el país.				

CONCLUSIONES

Las etapas del modelo de emprendimiento están relacionadas con la capacidad gerencial y organizacional para adaptarse a nuevos modelos de gestión que impliquen trabajar a través de alianzas estratégicas empresariales y no como empresa individual, con el objetivo de tener rentabilidades más consistentes.

Escoger la Asociatividad como modelo de emprendimiento es ganancia para las empresas que realizan este tipo de alianzas para expandir y fortalecer sus actividades económicas en el mercado, con el fin de hallar una mayor competitividad y productividad en el sector donde operan, la importancia de clasificar estos modelos de emprendimiento es que ayudará a los interesados enfocarse en una de los 5 que existe para así determinar el futuro de las empresas que realicen estas asociaciones.

No obstante, al implementar normas, leyes, decretos en las políticas de emprendimiento, se hacen con la finalidad de ver la efectividad y estimular a la creación de empresas mediante el emprendimiento de las personas con generación de capacidades emprendedoras. Por otra parte, debe estar encaminada a la formación de nuevas empresas generando impactos positivos en el entorno y al desarrollo económico del país.

BIBLIOGRAFIA

Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico 6 de junio de 2012.

Chávez, D. (2017*). Modelos de negocios de empresas startup de emprendimiento innovador disruptiva. Tesis de maestría en administración. Unidad profesional interdisciplinaria de ingeniería, ciencias sociales y administrativas. Ciudad de México.*

Decreto 1100 DE 1992 (Julio 01*) Departamento Administrativo de la Función Pública Cámara de comercio de Valledupar.*

Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2014). Colombia elegido por la OCDE para proyecto sobre políticas de innovación social.

Decreto 1378 DE 2020 (octubre 21) "El gobierno nacional apoyara e incentivar a los mineros de pequeñas escala". Departamento administrativo de la función pública, EVA, aplicación del valor económico agregado.

Documento *Conpes -Consejo Nacional De Política Económica Y Social República De Colombia Departamento Nacional De Planeación 30 de noviembre de 2020.*

Fernández G., Narváez M. & Senior, A. (2008)" (p. 77), *Editora: Iris Cantillo Velásquez, Seis estudios sociales desde la Responsabilidad Social Empresarial.*

Fundación Asociarse para Crecer. (2013). *Modelos Asociativos.*

González, L. (2003). Cooperación y empresas. Retos, presente y futuro. Madrid: Thompson Editores.

Gutiérrez Mejía, L. A. (2012*). Procesos Asociativos: fuente de teoría y ejercicio gerencial. En L. A. Mejía, Procesos Asociativos: fuente de teoría y ejercicio gerencial (pág. 46). Medellín.*

Guzmán, A. y Trujillo, M. (2008). *Emprendimiento social: revisión de literatura. Estudios Gerenciales, 24(109), 105-125.*

Hernández, Fernández y Baptista (2010) paradigma cuantitativo.

Huertas, I. (2011). *Modelo de Dinámica de Sistemas para las Frutas Orgánicas- El Lulo. Bogotá: Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.*

López, A., (2003) Editorial Scielo *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad. La Asociatividad Como Modelo De Gestión Para Promover Las Exportaciones En Las Pequeñas Y Medianas Empresas En Colombia.*

Martha Lucía Mendoza Castro. (2020), *Investigaciones en ingeniería, Grupo Editorial Ibáñez, enero de 2020, Bogotá D.C. – Colombia.*

Mendoza, M. (2016). *Actividades de gestión tecnológica para las pequeñas y medianas empresas del Cesar. Revista mundo económico y empresarial. Volumen 1, número 12. ISSN: 2422-4863. Colombia. Universidad de Tolima.*

Pallares, Z. (1998). *La Asociatividad Empresarial–PRODES Programa de Desarrollo Empresarial Sectorial–Colombia.*

Presidencia República de Colombia. (03 de noviembre de 2011). *Sistema Único de Información Normativa. Recuperado el 21 de Julio de 2020, de Sistema Único de Información*

Normativa. Alejandra Barrios Cabrera Programas de desarrollo con enfoque territorial marzo, 2018.

Ruiz, Z. (2012). Revista Ensayos. Año 5, N° 5. julio-diciembre de 2012. *Modelo De Asociatividad Para Generar Desarrollo Empresarial*

Urrutia, G., & Bonfill, X. (2010). PRISMA declaration: A proposal to improve the publication of systematic reviews and meta-analyses.

Zamora, G (1998). *"Determinación de necesidades de investigación para establecer causas de resistencia a la asociatividad comercial campesina". Revista AGROSUR, Vol. 27, N°1, pp 37-42.*

ECONOMÍA RUSA
EN TIEMPOS DE PANDEMIA: PROBLEMAS Y PERSPECTIVAS DE DESARROLLO

Rubby Stella Rodriguez Rincón
rubbyrodriguez@unicesar.edu.co

ECONOMIA RUSA EN TIEMPOS DE PANDEMIA: PROBLEMAS Y PERSPECTIVAS DE DESARROLLO

Rubby Stella Rodriguez Rincon

rubbyrodriguez@unicesar.edu.co

RESUMEN

En este trabajo se examina el estado de la economía rusa y las consecuencias negativas de la pandemia del Coronavirus en algunas de las actividades más afectadas como lo ha sido el mercado de trabajo, turismo agricultura y entretenimiento; se presentan las perspectivas de recuperación y desarrollo de la economía rusa, en el siguiente orden: se realiza una revisión del contexto económico justo al inicio de la pandemia, en segundo lugar se analizan las principales marcas que ha dejado la propagación del virus en la economía durante el segundo y tercer trimestre del año 2020 y por último se revisan las decisiones gubernamentales para contener la crisis. El abordaje metodológico de este trabajo es esencialmente cualitativo no obstante se apoyará con datos cuantitativos; por tanto, se convierte una descripción general y analítica respaldada por datos estadísticos. Es importante destacar que antes de la pandemia la economía rusa se caracterizaba por un bajo crecimiento debido a varios factores como por ejemplo las salidas de capitales, las caídas de los precios del petróleo, el colapso del rublo y las sanciones comerciales de Occidente debido a la crisis con Ucrania, sin embargo al llegar la pandemia esta economía no ha sido tan afectada como los demás países y esto se debe a las medidas que se tomaron para contenerla, acertadas o no, no obstante la economía no se ha visto tan golpeada, la preocupación radica en que si seguirá con bajo crecimiento después de la pandemia.

Palabras claves: Economía rusa, pandemia, coronavirus, consecuencias económicas, PIB.

ABSTRACT

This paper examines the state of the Russian economy and the negative consequences of the Coronavirus pandemic in one of the most affected areas, such as the labor market; The prospects for recovery and development of the Russian economy are presented, in the following order: a review of the economic context is carried out just at the beginning of the pandemic, secondly, the main marks left by the spread of the virus in the economy are analyzed during the second and third quarters of 2020 and finally, government decisions are reviewed to contain the crisis. The methodological approach of this work is qualitative, however it will be supported with quantitative data; therefore, it becomes a general and analytical description supported by statistical data. It is important to note that before the pandemic the Russian economy was characterized by low growth due to several factors such as capital outflows, falls in oil prices, the collapse of the ruble and trade sanctions from the West due to the crisis with Ukraine, however when the pandemic arrived this economy has not been as affected as the other countries and this is due to the measures that were taken to contain it, successful or not, however the economy has not been so hit, The concern is whether it will continue with low growth after the pandemic.

Key words: Russian economy, pandemic, coronavirus, economic consequences, GDP

INTRODUCCIÓN

La pandemia del coronavirus ha golpeado a todos los países del mundo, pero el impacto de esta no ha sido el mismo para todos. Esta situación ha dependido de varios factores, en primer lugar, los contagios y quienes han padecido primero la enfermedad, en segundo lugar, decidir entre que más prioritario salvar vidas o mantener a flote la economía y en tercer lugar las estrategias que se adopten para controlar los efectos de la enfermedad en todos los ámbitos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se podría decir que todo ha dependido de los recursos económicos y sanitarios suficientes en manos de los Estados, es decir las políticas en relación con la salud de la población, para llevar a cabo estrategias efectivas.

Por su parte Rusia empezó un poco más tarde que otras naciones a luchar contra los padecimientos de la pandemia. Hay que tener en cuenta que el gasto público dedicado a la salud es de 8,2% del gasto del gobierno y 5,3% del PIB. No obstante, los indicadores de salud demuestran una baja esperanza de vida al nacer, un número elevado de muertes por enfermedades respiratorias, consumo de tabaco y alcohol es muy elevado; como consecuencia de esto el riesgo de muerte prematura entre los 30 y 70 años es alto.

De acuerdo con esto y con la aparición de la pandemia, Rusia ha establecido la aplicación de una política social y sanitaria más responsable como estrategia frente al coronavirus, además de la disponibilidad de los recursos suficientes para enfrentarla, por tanto, resulta indispensable el desempeño económico de los años recientes.

Este trabajo se lleva a cabo en tres partes fundamentales, primero analizar el desempeño de la economía rusa antes de la pandemia en segundo lugar se analizan las principales marcas que ha dejado la propagación del virus en la economía durante el segundo y tercer trimestre del año 2020 y por último se revisan las decisiones gubernamentales para contener la crisis.

Basados en este planteamiento la pregunta de investigación es: ¿Cuál ha sido el impacto de la pandemia en el crecimiento de la economía rusa?

METODOLOGIA

El abordaje metodológico de este trabajo es esencialmente cualitativo no obstante se apoyará con datos cuantitativos; por tanto, se convierte una descripción general y analítica respaldada por datos estadísticos. Esto permitirá una comprensión integral y compleja del fenómeno a estudiar.

Este estudio se basa principalmente en fuentes secundarias de información como artículos en revistas indexadas, documentos de trabajos, artículos de la prensa y datos estadísticos del Banco Mundial. Lo cual permite realizar los respectivos analizar y lograr una discusión coherente del tema abordado.

RESULTADOS

La difícil situación epidemiológica que se ha desarrollado como consecuencia de la propagación del coronavirus ha realizado ciertos cambios en todas las áreas de nuestras vidas; sin embargo, cambios especialmente fuertes son los que han ocurrido en el ámbito económico. Por lo tanto, se hace necesario analizar los impactos negativos de la pandemia en la economía rusa, así como uno de los mercados más afectados para determinar las perspectivas y las estrategias para lograr un mayor desarrollo de la economía rusa.

En este sentido, la economía rusa para el año 2019 tenía un crecimiento bastante modesto del 1,3% del PIB, cifra por debajo del incremento previsto del 1,4%. Al cierre de este año 2019 la agricultura había registrado un crecimiento del 4% y la industria de 2,4%, lo que refleja una recuperación.

Así mismo, la tasa de desempleo, estimada por el FMI en 4,6% en 2019, iba a la baja antes de la crisis de COVID-19, pero los sueldos reales disminuyeron. Las desigualdades sociales siguen siendo elevadas, sobre todo entre grandes ciudades y zonas rurales. Solo un 1% de la población posee en torno a 70% de los activos privados. A pesar de la emergencia de una clase media urbana, la pobreza sigue bordeando un 13%. Según estimaciones del FMI, la tasa de desempleo subió a 5,6% en 2020, bajo el efecto de la pandemia, pero debiera bajar gradualmente a 5,2% en 2021 y a 4,7% en 2022. (FMI, 2020)

En términos de la actividad económica durante el primer trimestre del 2020 la situación resultó mejor de lo esperado, el golpe principal cayó en el segundo trimestre del años en mención, en importante mencionar que los primeros infectados con el virus en la

Federación Rusa se identificaron el 2 de marzo de 2020, cabe destacar también que el periodo de marzo a abril de 2020 es el más significativo en términos estadísticos, ya que se introdujeron una serie de medidas restrictivas particularmente importantes.

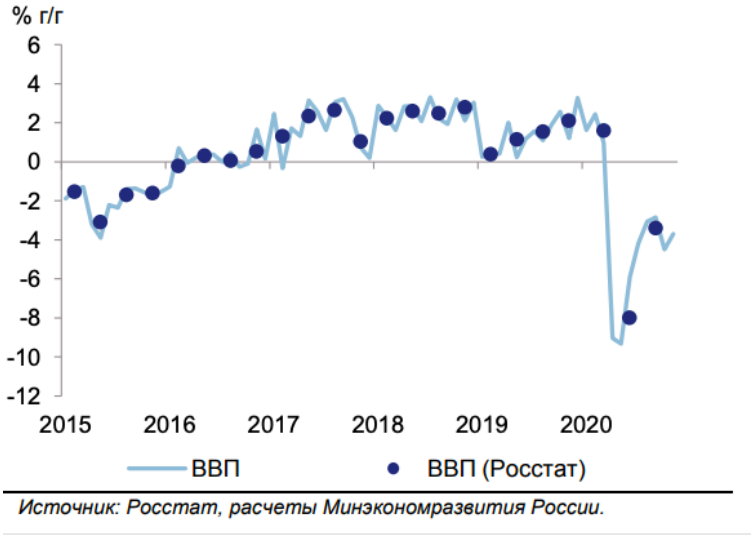
En este sentido, se firmaron decretos limitando el tráfico a través de todos los pasos fronterizos, se cerraron los cines, centros de entretenimiento, bares, restaurantes, cafés, gimnasios, colegios y universidades.

Es así como las consecuencias de estas medidas restrictivas las presenta "el panorama empresarial del Ministerio de Desarrollo Económico, según el cual el PIB en marzo de 2020 aumento solo 0,8%, todo esto se explica por la introducción de las restricciones y la cuarentena; por su parte en abril de 2020 el PIB disminuyó en un 12%. (MDE, 2020)

Así mismo, el segundo trimestre del 2020 la caída de la económica se refleja en el descenso de las actividades básicas como la agricultura 3,1%, construcción -2,3%, comercio -23,4%, fletes y transportes -6%, producción industrial -6,6%. (MDE, 2020)

No obstante, a partir de junio de 2020 se permitieron parcialmente las entradas al país, de acuerdo a las estadísticas de la "actividad empresarial del Ministerio de Economía y desarrollo la economía en noviembre de 2020 cayó solo -3,7%. (MDE, 2020)

Grafica 1. Dinámica del PIB



Fuente: Rosstat

Cabe resaltar que la ayuda Estatal ha sido importante, pero no suficiente, aunque hay muchos recursos, muchas empresas afectadas por la pandemia no lograron hacer frente al problema y cerraron, dentro de estas se encuentran muchos restaurantes, empresas turísticas y del sector de servicios; es así, como en este periodo tan estresante el Estado introdujo subsidios para ayudar a las empresas y poder preservar las fuerzas productivas de la economía. Los principales beneficios que el Estado ha otorgado a las empresas han sido:

- Créditos vacacionales
- Préstamos sin intereses de interés para que las empresas paguen los salarios de los trabajadores
- Incentivos fiscales como: se han cancelado el pago de los principales impuestos excepto el IVA
- Aplazamiento de los pagos de arrendamiento
- Reducción de los requisitos de seguridad para participar en contratos gubernamentales
- Subvenciones para las empresas que cerraron se reactiven, entre otros. (МЭР, 2021)

Sin embargo, en la realidad muchas de estas medidas no se implementaron, ya que los procesos para obtener estos beneficios han sido complicados y llenos de trabas burocráticas, además muchos bancos no han estado interesados en otorgar este tipo de crédito por ejemplo el crédito vacacional, lo mismo ha ocurrido con los créditos para pagos de alquiler o salarios, las empresas simplemente les han otorgado vacaciones a los empleados no pagas o los han despedido, lo cual lleva a pensar que las ayudas implementadas por el Estado ruso han sido insignificantes comparadas con la de otros desarrollados.

En este orden de ideas, otras medidas de ayuda social que se tomaron enfocadas en las familias y los niños fueron las siguientes:

- 5000 rublos por cada niño durante tres meses para todas las familias;
- pagos de suma global en la cantidad de 10.000 rublos por niño desde el 1 de junio para todas las familias con niños de 3 a 16 años;
- aumento del monto mínimo del subsidio por cuidado infantil (niños de hasta 1,5 años) para desempleados (de 3.375 a 6.750 rublos); y,
- un bono especial federal para empleados de las instituciones sociales (Álvarez y Novello, 2020)

De esta manera, se puede destacar que las actividades económicas más afectadas han sido las relacionadas con el turismo, restaurantes, entretenimiento y recreación, transporte terrestre y aéreo, no obstante el turismo interno ha estado parcialmente activo, ya que las personas se vieron obligadas a descansar en el país, sin embargo esto no ha compensado las perdidas en las demás actividades, pero el impacto no ha sido tan fuerte, en corto plazo la economía se ha mostrado dinámica, no obstante en el largo plazo probablemente los afectara una crisis aún más fuerte.

Así como, en otros lugares del mundo, la parte digital ganó mucho terreno, las compras en línea, la demanda de internet ha crecido mucho, teniendo en cuenta la disminución del contacto presencial.

Ahora bien, se destaca que la economía no ha sido tan duramente golpeada teniendo en cuenta que las restricciones no han sido tan severas, pero las consecuencias han sido la gran cantidad de vidas que se han perdido, teniendo en cuenta una cifra de 1000 muertes diarias, superando todo records en comparación con otros países europeos, es así como de acuerdo a la agencia estadística Rosstat publicó una cifra de 400.000 muertes por coronavirus, cifras actualizadas hasta el mes de agosto de 2021. (Rosstat, 2021)

En este orden de ideas, el PIB de Rusia aumentó un 4,8 % entre enero y junio de 2021 en comparación con el mismo período del año anterior, según las previsiones preliminares de la agencia de estadísticas rusa Rosstat. Para el año próximo, sin embargo, el Gobierno ha rebajado en dos décimas sus previsiones del PIB, del 3,2 % al 3 %. (SWI, 2021).

Es así como de cara a 2023 y 2024 Rusia mantiene sus previsiones de un crecimiento de la economía del 3 %, aunque el que se cumpla este cálculo dependerá de nuevas inversiones. (SWI, 2021)

DISCUSIÓN

Cualquier conversación sobre la economía rusa conduce inevitablemente a una conversación donde se incluye la pandemia, el país ha tenido su descenso en la economía, sin embargo, no existen predicciones de largo plazo que indiquen una caída notable del PIB. Se podría afirmar que, en Rusia, así como en todo el mundo, no hubo una crisis económica clásica, sino una caída causada por un factor no económico: la pandemia.

Sin embargo, la situación que preocupa es que la economía rusa antes de la pandemia se caracterizaba por tasas de crecimiento bajas que se acercaban a un estancamiento, por tanto, existe el riesgo de que se encuentre en la misma situación después de la pandemia.

Cabe destacar que, la relevancia y preocupación que el gobierno ruso ha tenido frente a la pandemia, ya que se ha vuelto uno de los temas principales de la agenda pública del país. Se ha podido notar que el gobierno ha tomado cartas en el asunto desde un primer, por esto es que los contagios llegaron un poco más tarde que a a otros países de Asia y Europa, el gobierno cerró fronteras y el aislamiento completo, todo esto con las posibilidades sanitarias del país llevaron a Rusia a crear y registrar la primera vacuna contra el covid denominada Sputnik V; sin embargo existe una resistencia del 58% de la población a vacunarse, ya que no confían en la forma en cómo se creó la vacuna y prefieren esperar, esta situación junto con las pocas o nulas restricciones han convertido a Rusia en el 4 país con más contagios.

De acuerdo a lo anterior se esperaría que el gobierno impusiese sanciones contra quienes no se vacunen, no obstante, estas sanciones van en contra de la naturaleza social del Estado ruso; es así la opción que les queda es tratar de internalizar esta situación, es

decir, recurrir a la conciencia de los ciudadanos, para que entiendan que no hay otra forma de proteger sus vidas que vacunándose.

Finalmente, se puede inferir que, uno de los factores más importantes para impulsar el desarrollo y crecimiento de la economía rusa será que el Estado brinde un apoyo a los sectores más afectados de una manera eficiente, así como el apoyo a la población para lograr estimular la demanda de los consumidores, si no hay demanda será muy difícil lograr crecimiento.

BIBLIOGRAFIA

Аббазова Л.М., Хазиахметова Г.А. (2020). *Российская экономика во время пандемии* [Economía Rusa en tiempo de pandemia]. Recuperado de: https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/161626/F_ISMEF_2020_15_17.pdf?sequence=-1

Banco Mundial. (2021). Federación Rusa. Recuperado de: https://data.worldbank.org/country/RU?locale=ru

Солдатова С. С., Солдатова В. В. (2020). *Российский рынок труда в условиях нарастания экономического кризиса вследствие пандемии* [El mercado laboral ruso en medio de la creciente crisis económica debido a la pandemia]. Recuperado de: file:///Users/mac/Downloads/rossiyskiy-rynok-v-usloviyah-pandemii-problemy-i-perspektivy-razvitiya.pdf

Federal State Statistics Service. (2021). Public Health [Salud Pública]. Recuperado de: https://eng.rosstat.gov.ru/health

Кузнецова М., (2021). *Как пандемия коронавируса повлияла на туристический бизнес в России* [Cómo afectó la pandemia de coronavirus al negocio del turismo en Rusia]. Recuperado de: https://journal.tinkoff.ru/ask/russia-coronavirus/

Alvarez M. y Novello M., (2020). La federación Rusa y el Covid. Oportunidad o crisis. Recuperado de: https://rephip.unr.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/2133/19353/Dossier%20La%20Federacio%CC%81n%20Rusa%20y%20el%20Covid19.pdf?sequence=3#page=33

Ministry of Economic Development of the Russian Federation. (2021). *The plan of priority measures for the sustainable development of the economy in the face of deteriorating situation regarding the spread of the new coronavirus infection* [El plan de medidas prioritarias para el desarrollo sostenible de la economía ante el deterioro de la situación de la propagación del nuevo coronavirus]. Recuperado de: https://www.economy.gov.ru/material/news/

Министерства экономического развития РФ. (2020). Картина деловой активности [Imagen Empresarial]. Recuperado de: https://www.economy.gov.ru/material/directions/makroe.

Министерства экономического развития РФ. (2021). Экономика без вируса [Economia sin Virus]. Recuperado de: https://covid.economy.gov.ru/

RIA Novosti. (2021). *Experts talked about the consequences of coronavirus for the global economy* [Expertos hablan de las consecuencias del coronavirus en la economía global]. Recuperado de: https://ria.ru/20200302/1566873678.html

SWI. (2021). Rusia eleva cuatro décimas sus previsiones del PIB para 2021, hasta el 4,2 %. Recuperado de: https://www.swissinfo.ch/spa/rusia-pib_rusia-eleva-cuatro-d%C3%A9cimas-sus-previsiones-del-pib-para-2021--hasta-el-4-2--/46930946

The Russian economy is waiting for five shocks as a result of the coronavirus Pandemic. (2021). Recuperado de: https://www.newsru.com/finance/09apr2020/rus5shocks.html

APROXIMACIÓN PRELIMINAR A ESTUDIOS DE INTERCULTURALIDAD Y EL EFECTO TECHO DE CRISTAL, ENSAYO

Jonathan Montes Ávila
jmontesa@unicesar.edu.co

APROXIMACIÓN PRELIMINAR A ESTUDIOS DE INTERCULTURALIDAD Y EL EFECTO TECHO DE CRISTAL, ENSAYO

Jonathan Montes Ávila
jmontesa@unicesar.edu.co

El objetivo fundamental del presente Ensayo, es aproximarnos a una breve revisión de la literatura consultada en relación al concepto de Interculturalidad y el Efecto Techo de Cristal. De igual manera, se hace necesario que resaltemos la forma en la que este concepto ha sido estudiado en el contexto de la educación. Por tanto, los antecedentes que aquí desarrollamos están pensados en el ambiente educativo. Esta revisión de la literatura la hemos diseñado para ser presentada de manera deductiva, es decir, revisaremos el diseño de trabajos investigativos internacionales para después pasar al análisis de investigaciones nacionales, regionales y locales.

De acuerdo con Rocío Cárdenas, Teresa Terrón y Victoria Pérez (2013) "la convivencia intercultural exige equiparar al máximo los derechos entre las personas sin tener en cuenta su origen ni su género" (p. 56). Por tanto, en una realidad económica que tiende a suplir el estado, la globalización, la interconectividad y la internacionalización de los sistemas educativos se hace necesario analizar, desde el contexto educativo la forma en la que se propenda por el respeto, la convivencia, la relación y los principios de las culturas. De tal manera que, de acuerdo con Tubino (2004), "la interculturalidad es una manera de comportarse. No es una categoría teórica, es una propuesta ética. Más que una idea, es una actitud" (p. 112). De tal modo que podemos considerar que la Interculturalidad es una forma de ser, de hacer y de estar en el mundo, y desde éstas perspectivas es que se deben fundamentar los currículos de las instituciones educativas.

De acuerdo con Eduardo Sandoval Forero (2012) en su investigación titulada: Estudios para la paz, la interculturalidad y la democracia. Resalta la importancia de fundamentar los estudios de interculturalidad desde dos hechos históricamente

comprobables en América Latina, a saber: la convivencia pacífica y la violencia. Estos dos signos y acontecimientos, afirma el autor, "han marcado la vida social, política, económica, cultural y educativa de los pueblos Latinoamericanos" (Sandoval, 2012).

El objetivo fundamental de este estudio se centra en proponer la interculturalidad como la base fundamental que afecte positivamente todos los aspectos de la vida del ser humano, tales como, la vida personal, vida familiar, vida social, vida económica, vida regional, nacional y continental. El autor resalta la necesidad que "a partir de los planteamientos de los estudios para la paz, se debe describir la violencia estructural sistémica, la violencia directa, la violencia cultural y simbólica existentes en nuestras sociedades" (Sandoval, 2012).

El autor sugiere que se debe genera condiciones para vivir la paz desde un compromiso del estado, la sociedad, los políticos, en general, todos los entes que hacen parte de la dinámica de una nación. En este punto dejamos manifiesto que la educación y, en particular, las universidades son espacios esenciales para generar un pacto ético basado en el respeto y la equidad. Propone para América Latina un "desarrollar la perspectiva teórica de la Paz Integral, activa, no violenta y duradera, es decir una paz sustentable, a partir de un re-enfoque que tenga como base, por un lado, el conocimiento de nuestras realidades, y por otro, referentes hipotéticos de las teorías del pensamiento crítico latinoamericano en cualquiera de sus expresiones" (Sandoval, 2012).

Salido Machado Elena (2017) plantea que la perspectiva intercultural y de género, son elementos indisolubles en una educación. Para esta autora es importante el estudio de dos categorías fundamentales, que permitan, una mirada intercultural a la realidad de las aulas de clases, a saber: el contexto natural y la tolerancia. Para Elena Salido es importante incursionar en el uso del enfoque comunicativo. "Este enfoque está orientado al alumnado y tiene en cuenta sus necesidades, la realidad de cada grupo de estudiantes y la interacción de todos los componentes, también los extralingüísticos, en el proceso de enseñanza-aprendizaje" (Salido, 2017, p. 287).

El trabajo realizado se centró en una premisa: “es necesario cuestionar la base de los planteamientos teóricos establecidos en torno al concepto de interculturalidad y género ya que requieren procesos autocríticos y continuas revisiones adaptándose a las realidades presentes y futuras”. Por tanto, lo que se pretende con esta propuesta es abrir espacios alternativos para presentar nuevas vías de diálogo en el aula de clases, de tal manera que, se configuren auténticos espacios de reflexión, interculturalidad, igualdad y democracia (Salido, 2017). Por otra parte, la investigadora, afirma que: “sugerimos la aplicación de la perspectiva intercultural a la integración de la igualdad de género en los materiales educativos, porque comporta los mismos beneficios que la explotación de la dimensión afectiva en el desarrollo de la competencia intercultural” (Salido, 2017, p. 296).

“El Buen vivir”, es la categoría que moviliza las reflexiones realizadas por Luis Herrera Montero, Miguel Ángel Novillo, José Castellano Gil y Juan Fernando Vera, adelantada en el año 2019. En esa investigación podemos observar una “correlación entre los aportes teóricos sobre interculturalidad y las propuestas que se han formulado en planes del desarrollo de algunos países de América Latina”. Por tanto, el artículo resalta la importancia y la necesidad de comprender la Interculturalidad como un proyecto principalmente político, dirigido hacia la reflexión y construcción de un nuevo y prodigioso espacio ético.

“La reflexión teórica se trabajó a partir de contribuciones básicas, entendidas como procesos de descolonización para compartir el poder, en el que sociedades y culturas se caracterizarían por nuevos pactos éticos” (Herrera, et al, p. 12). Es decir, que para los autores la constante lucha por la igualdad, es también, la constante lucha por el reconocimiento de las diferencias entre los seres humanos. Por tanto, la reflexión teórica resalta la necesidad de definir posturas teóricas que profundicen la descolonización racista y patriarcal en los planes de gobierno en una nación, sobre todo, en el contexto Latinoamericano. De tal manera que, el objetivo principal del estudio se centró en analizar

la inclusión del tema intercultural en los Planes de Gobierno Nacionales.

A nivel nacional, en Colombia, la literatura científica refiere grandes adelantos significativos en el reconocimiento de la diversidad humana y cultural como constructos éticos descriptivos. Recordando a Boaventura de Sousa "no se debe defender el universalismo ni el relativismo, sino la globalización de las preocupaciones morales y políticas contra la opresión y el sufrimiento humano" (Sousa, 2000, p.273, como se citó en Aguiló, 2009, p. 181). Es por ello que se busca un modelo social que valore la vivencia y la experiencia de los grupos, que tradicionalmente se reconocen como, marginados y minoritarios. Por tanto, a continuación, se presenta un estudio de investigación que desde la interculturalidad en el contexto del aula de clases contribuye a esta breve aproximación a estudios de interculturalidad.

Debemos considerar lo expuesto por Anyelly Martínez Alonso y Lina Pardo Gutiérrez en el año 2020, que lleva por título: Sistematización de la Experiencia: Educación intercultural para contribuir a la convivencia pacífica, con familias de dos colegios en las ciudades de Corinto, Cauca y Cali, Valle del Cauca. Para las autoras, la experiencia del proyecto desde las asesorías familiares, concluyen, resaltando la necesidad de formación desde los aprendizajes significativos que den sentido a lo que se aprende desde el aula de clases.

Al observar los procesos metodológicos que las autoras utilizaron se evidencia: el trabajo se diseñó y orientó desde de la metodología Investigación Acción Participativa, los lineamientos de la teoría familiar sistémica, el método cualitativo, el modelo narrativo y la perspectiva de la interculturalidad. De acuerdo con lo anterior, se realizó la reconstrucción de la experiencia donde se abordaron dos ejes de sistematización: "Educación intercultural en la familia" y "Convivencia pacífica en la familia y la escuela" (Martínez y Pardo, 2020, p. 43). Finalmente, se sugiere la necesidad.

“reconocer que la educación intercultural se fundamenta principalmente en la familia: aquí se crean las identidades, se forman los valores y fortalecen vínculos que son necesarios para el reconocimiento de los demás”. Aspecto importante para el pacto ético (Tubino, 2004). Y para relacionarse con la cultura como parte de la sociedad. Es decir, se resalta la educación intercultural como promotora del respeto a las diferencias y como la desarrolladora de habilidades sociales en los estudiantes, padres de familia y docentes.

El punto de inflexión y de encuentro entre el concepto interculturalidad y educación, centrado en la necesidad de transformar la manera de los procesos formativos en las aulas de clases y, teniendo presente el fortalecimiento de una "ciudadanía intercultural" (Martínez, 2017). Podemos concluir que, en Colombia desde su Constitución Política de 1991, se reconoce el valor y el respeto a la diversidad, la interculturalidad y la equidad. Sin embargo, y aunque se han generado acciones en relación a la vivencia y el respeto de las culturas en la práctica estamos muy distantes de hacerlo realidad. Las políticas educativas responden a unas necesidades particulares y, sobre todo, a unas políticas impuestas por organizaciones internacionales que defienden y promueven los resultados y el rendimiento; de tal manera que, podemos observar en la realidad que los más débiles son despojados de sus derechos fundamentales, incluso, de sus procesos de ciudadanía identitario. De acuerdo con Elizabeth Martínez (2017), se hace necesario formar a los profesionistas y a los docentes en un sentido de respeto y consideración a los saberes del otro, aunado a lo anterior, en una construcción de política pública educativa que logre hacer vida lo que se afirma en la constitución de 1991: Colombia es un estado social de derecho, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana.

Por otra parte, los procesos formativos en la educación formal e informal; los niveles educativos y la experiencia laboral no es la causante del estancamiento en las personas; ni de jóvenes, ni de adultos, ni de etnias, ni afinidad política, religiosa o cultural, y muchos menos por ser mujer. Podemos considerar, pues, que la segregación y/o

discriminación por género, raza y demás, se deriva de prejuicios sociales (Meza, 2017).

El Efecto Techo de Cristal, puede considerarse como una categoría de análisis para argumentar la discriminación laboral, ésta no tiene conceptualización propia que explique el freno de las mujeres en el ascenso en su carrera laboral, por lo que la división sexual del trabajo sigue siendo un concepto básico para estudiar el mercado laboral desde el análisis de género (Meza, 2017). Por ello, se permite señalar que "la división sexual del trabajo sigue explicando los motivos de la subordinación hacia las mujeres, pues se sigue perpetuando la creencia que los hombres están perfilados para desenvolverse en la esfera pública y las mujeres en la esfera privada", de acuerdo a la visión androcéntrica (González, 2013).

Lo anteriormente afirmado, nos invita a la construcción y la reflexión en el diseño de políticas públicas para eliminar el llamado efecto techo de cristal. Por tanto, se debe asumir que la Equidad y la Igualdad de Género tiene una naturaleza multidimensional, es decir, no se debe sólo medir desde el género, sino, que implica que el acceso y el ingreso a un espacio laboral constituye una forma para el mejoramiento de la calidad de vida; el reconocimiento social y personal; la satisfacción; la dignidad, y que por tanto, nos permite comprender el ejercicio de la libertad y la seguridad en el contexto o al grupo social al que pertenecemos (Pineda, 2009).

Para finalizar, resaltaremos la desafortunada mentalidad social y la inclinación a etiquetar a las personas. Las etiquetas conllevan a la generación de sesgos sociales, culturales, laborales, políticos, económicos dentro de la sociedad. No queremos centrarnos en los sesgos basados en el género, al hacerlo entraríamos en el efecto de etiquetar. Es decir, afirmar que los sesgos solo se deben al género o que en su mayoría están determinados por la categoría género, sería etiquetar la reflexión y ser discriminatorios en los argumentos. Consideramos que se hace necesario valorar al ser

humano desde sus capacidades, potencialidades, motivaciones, apetencias, límites, orígenes, contexto y demás, que constituya la multidimención del ser humano al servicio de la sociedad. Somos libres de elegir qué hacer y de potencializar nuestras capacidades, habilidades y destrezas para aportar desde allí a la construcción de una sociedad más equitativa y justa.

Referencias

Aguiló, B., A. J. (2009). Los Derechos Humanos como campo de luchas por la diversidad humana: Un análisis desde la sociología crítica de Boaventura de Sousa Santos. *Universitas humanística, (68)*, 179-205.

Canal TEDxBUAP. (19 de mayo de 2017). Elizabeth Martínez Buenabad en La Educación intercultural en contextos de diversidad. [Archivo de Vídeo]. La educación intercultural en contextos de diversidad | Elizabeth Martínez Buenabad | TEDxBUAP - YouTube

Cárdenas, R., Terrón, T., Pérez, V. (2013). Educación, Género y Diversidad Cultural. ¿Convivencia y Coexistencia? *Journal for Educators, Teachers and Trainers, 5*(3), 54-67.

Constitución Política de Colombia de 1991. [Archivo PDF]. colombia91.pdf (georgetown.edu)

González, A. (2013). Los conceptos de patriarcado y androcentrismo en el estudio sociológico y antropológico de las sociedades de mayoría musulmana. *Papers, Revista de Sociología, 98*(3), 489–504

Herrera Montero, L., Novillo Verdugo, M., Castellano Gil, J. y Vera Cabrera, J. (2019).

Interculturalidad desde los planes nacionales del buen vivir. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades Chakiñan, 9*, 10-21.

Martínez Alonso, A. y Pardo Gutiérrez, L. (2020). *Sistematización de la Experiencia: Educación intercultural para contribuir a la convivencia pacífica, con familias de dos colegios en las ciudades de Corinto, Cauca y Cali, Valle del Cauca*. [Tesis de maestría, Universidad Pontifica Javeriana de Cali]. Proyecto_Mag_Educacion_intercultural_Col.pdf

Meza Martínez, C. (2017). *Discriminación laboral por género: Una mirada desde el Efecto Techo de Cristal*. [Archivo PDF]. 2017carlosmeza.pdf (usta.edu.co)

Pineda Duque, J. A. (2009). Calidad del empleo e inequidades de género. *Centros de Estudios de la Mujer. Cuadernos de investigación,* (4), 61-98.

Salido Machado, E. (2017). *Género e Interculturalidad en la Enseñanza del Español como Segunda Lengua*. Universidad Carlos III de Madrid.

Sandoval Forero, E. (2012). Estudios para la paz, la interculturalidad y la democracia. *Ra-Ximhai, 8*(2), 17-37.

Tubino, F. (2004). *Del Interculturalismo Funcional al Interculturalismo Crítico*. [En archivo PDF]. Del interculturalismo funcional al interculturalismo críti… (pucp.edu.pe)

INNOVACIÓN SOCIAL EN COLOMBIA

ESTADO, EMPRESA Y SOCIEDAD

Carlos Alberto Pacheco Sánchez
carlos.pacheco.s@uniminuto.edu.co

INNOVACIÓN SOCIAL EN COLOMBIA: ESTADO, EMPRESA Y SOCIEDAD

Carlos Alberto Pacheco Sánchez
carlos.pacheco.s@uniminuto.edu.co

Resumen

La innovación social es un eje trasversal en América Latina, para promover y lograr comunidades sostenibles. Con el presente artículo[1] se identificó los aportes teóricos, las políticas estatales y las implicaciones de la innovación social en la economía local de Ocaña, Colombia; Utilizando una metodología descriptiva y aplicando la técnica de encuesta a 100 empresarios y ciudadanos, se concluye que, la innovación social tiene alta incidencia en la transformación de territorios, asimismo, se observa una correlación de Pearson positiva entre la orientación al mercado, acción política y acción servicio social, por otra parte, más del 50% de la comunidad empresarial y general reconoce la importante y las implicaciones de la innovación social para la transformación de territorio, sin embargo, se requiere fortalecer la articulación con el gobierno y la sociedad.

Palabras clave: Empresa, estado, innovación, política, sociedad.

Abstract

Social innovation is a transversal axis in Latin America to promote and achieve sustainable communities. This article identifies the theoretical contributions, state policies and implications of social innovation in the local economy of Ocaña, Colombia; Using a descriptive methodology and applying the survey technique to 100 businessmen and citizens, it is concluded that social innovation has a high incidence in the transformation of territories, likewise, a positive Pearson correlation is observed between market orientation, political action and social service action, on the other hand, more than 50% of the business and general community recognizes the importance and implications of social innovation for

[1] Producto del macro proyecto de investigación titulado: Análisis de la gestión e innovación empresarial de las economías locales, bajo la línea de investigación: Innovación social y productiva, del grupo de investigación GIDTI, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

the transformation of territory, however, it is required to strengthen the articulation with the government and society.

Key words: Business, state, innovation, policy, society.

1. Introducción

La innovación ha logrado generar cambios de alto impacto en el ámbito empresarial y social, desde luego, muchas veces difíciles de controlar; no obstante, se acepta que, gracias a los avances, a la reingeniería y a las transformaciones que realizan las empresas frente a los productos, servicios, prácticas y acciones administrativas a nivel mundial, se forja la competitividad y el desarrollo de emprendimientos sostenibles con un compromiso social mediante el énfasis del trabajo colectivo digital (Quintero y Álvarez, 2011).

Ahora bien, valorando los antecedentes e inicios de la definición de innovación, el mismo parte principalmente del referente de invención social, de hecho, Ogburn (1939) considera que el mismo término tiene que ser estimulada para mantener el ritmo de la invención mecánica [...]. Hoy por hoy, para la CEPAL (2008) deduce la innovación como el desarrollo de nuevos procesos, prácticas, métodos o sistemas para fortalecer la participación de la comunidad y de los beneficiarios, mejorar la eficacia de la acción pública, de igual forma, suscitar las aplicaciones sociales dentro de la arista de la innovación tecnológica. (Hernández, Tirado y Ariza-, 2016).

En ese orden de ideas, la innovación social es una oportunidad fundamental para abordar los retos sociales con una aproximación transversal, en donde las soluciones innovadoras se basan en algo más que la tecnología y se preocupe por la calidad de vida de todo ciudadano (Domanski, Monge, Quitiaquez y Rocha, 2016).

En esta medida, la innovación social y productiva no solo es una vía de escape para los problemas sociales que directa e indirectamente afectan el sector empresarial, sino que, además, brinda la posibilidad de crear valor y beneficiar a la sociedad en su conjunto (Vega, 2017). Sin embargo, desde las realidades de las economías locales, existe gran desconocimiento sobre la articulación del estado, empresa y sociedad con las líneas de acción para el fomento a la cultura innovadora, por tanto, el propósito del estudio se

focaliza en conocer los aportes conceptuales y teóricos de la innovación social, asimismo, su evolución en el marco de las políticas públicas de Colombia y finalmente, impacto, relevancia e implicaciones en los escenarios sociales y económicos del municipio de Ocaña.

Finalmente, el artículo presenta bajo la metodología IMRyD, la significancia de la innovación social y su gran aporte a la construcción de territorios humanísticos capaces de promover acciones para y ante las necesidades y el bienestar de los ciudadanos.

2. Marco teórico

2.1 Innovación social

La innovación, suele ser considerada como un proceso que genera transformación y crecimiento, de allí, la importancia de que el sector empresarial la emplee en los procesos productivos, sobre todo cuando en la actualidad donde la globalización y los cambios súbitos en el entorno, hacen que las empresas modifiquen sus estructuras organizacionales y durante su adaptabilidad sean cada vez más competitivas, por lo que desarrollar nuevas estrategias para competir en el mercado es uno de los principales retos del empresario, visto desde la funcionalidad de la empresa en pro del compromiso social y ambiental (Garcia, 2012).

Para Abreu (2011) citado por (Hernández, Tirado y Ariza, 2016), la innovación social trasciende en el aspecto político-social, sobre todo cuando las problemáticas sociales y medioambientales han llevado a instaurar acciones estratégicas renovadoras para dar solución a las necesidades de un territorio, lo descrito, deja en evidencia que el empoderamiento de una empresa es crear nuevos procesos y bienes en pro de la sociedad, asumiendo un compromiso por el desarrollo sostenible partiendo de la protección y defensa de los derechos de las personas, la economía, los recursos naturales y la cultura de un país o región.

Existen diversas definiciones nacionales e internacionales que orientan el fin y la apropiación de la innovación social en los territorios:

- Ofrecer una solución a un problema social, ambiental o cultural, de forma novedosa y más efectiva, eficaz, sostenible o justa que las soluciones existentes.

- Puede tomar la forma de producto, proceso, tecnología, regulación, intervención o movimiento social.

- Puede provenir de cualquier sector de la sociedad (público, privado, académico, comunitario, ciudadano).

- Busca el beneficio de la sociedad en general antes que el desarrollador o financiador de la solución.

- Se construye e implementa a partir de relaciones horizontales entre el proveedor de la solución y la comunidad que la recibe. (Villa y Melo, 2015, p.4)

En este marco de ideas, la innovación social puede intuirse en las modificaciones que se realizan tanto en los productos y servicios como en los procesos, con el fin de lograr, en primer lugar, la satisfacción de necesidades básicas del individuo, y en segundo lugar, por su orientación con el mercado y el estado (Morales, 2009).

La innovación social es todo aquello que, a nivel de servicios, productos conduzca a solucionar una problemática social, como el medio ambiente, el desempleo, la reducción de la pobreza, la equidad social (Ardila, 2021). Por lo mencionado, la innovación social es la fuente y la línea estratégica para agrupar las acciones del estado, empresa y persona, en definitiva, sustenta una coherencia y apropiación de responsabilidad social compartida para

el territorio, a su vez, garante del desarrollo, progreso y competitividad en localidades pequeñas.

Desde la teoría de la innovación se logra reconocer la orientación hacia el mercado y el enfoque de la cultura organizacional de la empresa; pues la orientación al mercado es la variable que más causalidad presenta sobre la innovación y altera directamente a toda una estructura organizacional, partiendo del clima organización, por ende, las dos variables están estrechamente relacionadas y mantienen una correlación positiva (Solarte, Solarte y Barahona, 2018).

Por otra parte, la teoría cognitiva permite conocer cómo interpretan los individuos el entorno complejo y cambiante. Desde la perspectiva organizacional, se busca comprender el impacto que tiene la cognición organizacional (cognición social) en las decisiones de las empresas y en la dinámica social y comercial.

La innovación social logra redes de intercambio y creación de conocimiento para la empresa, de hecho, promueve las redes de aprendizaje (Capacidades organizacionales). De igual forma, la innovación social se distingue por su proceso anclado en la participación de los beneficiarios, las partes interesadas y la calidad de las asociaciones. En este sentido, el comité directivo del Foro de Innovación Social identificó cinco (5) criterios para identificar las innovaciones sociales:

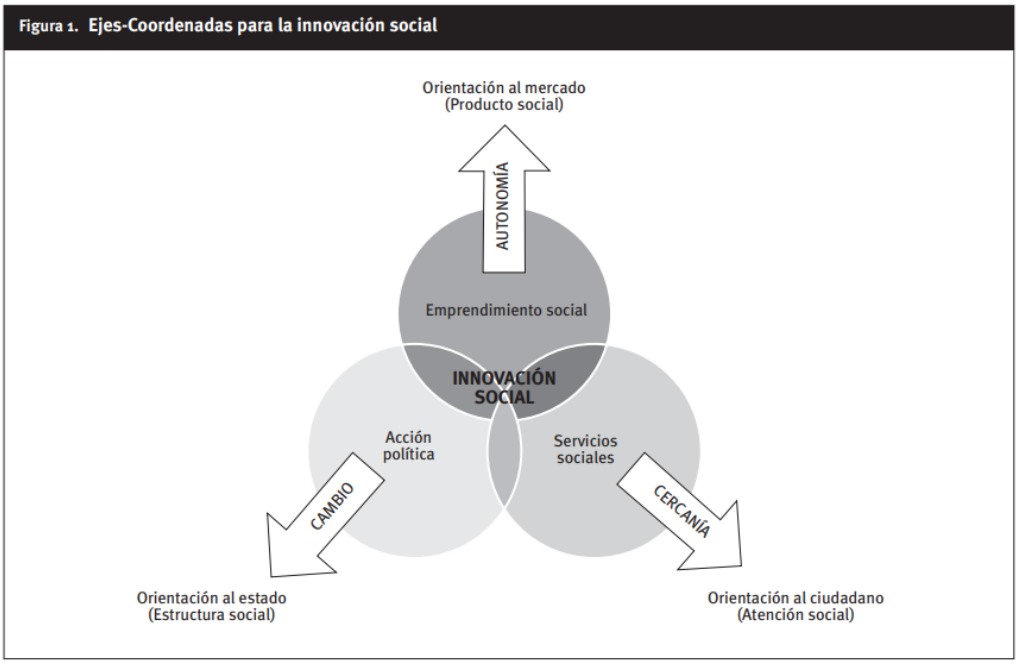
Figura 1. Cinco criterios.

Fuente: (Cloutier, 2003)

2.2 Dimensiones de la innovación social

La teoría de la innovación, se encauza en dos modalidades: la de producto y la de proceso, ya sea externa (nuevos servicios añadidos al producto) o interna (organizativa), por tanto, requiere una alta interacción con el contexto o ambiente (fuerzas externas), pero direccionadas a mejorar el bienestar social y/o cohesión social y trabajen por reducir la exclusión, el hambre y la pobreza, el cambio climático, entre otras, que generan desigualdad y vulnerabilidad de derechos a nivel mundial (Morales, 2009).

Figura 2. Dimensiones de la Innovación Social.



Fuente: (Morales, 2009, p. 156).

Entonces y partiendo de la **figura 1**, la innovación social debe focalizarse en la construcción de emprendimientos sociales, articulados con una acción política sustentable y servicios sociales pensando en la atención y el bienestar de las comunidades. Asimismo, la innovación tiene el objetivo de orientar al estado, al ciudadano y al mercado (economía), a la formulación y desarrollo de actividades, programas y políticas que contribuyan a los escenarios ecológicos, religiosos, ambientales, culturales, entre otros.

Finalmente, los emprendimientos del hoy, deben generar iniciativas económico-sociales (empresas sociales) que aspiran a la autonomía con una finalidad económico social, asimismo, el estado o gobierno, debe direccionar las estructuras que regulan los marcos de actuación tanto público como privado, al cambio donde se priorice el reconocimiento de problemáticas y necesidades del territorio y sin duda alguna trabajar por ello. Por último, la acción pública y las organizaciones en respuestas a las necesidades de los ciudadanos deben sustentarse como derecho y, por tanto, los servicios serán eventualmente gratuitos

mediante procesos de sensibilización, orientación y educación regidos bajo los principios solidarios que a la fecha son latentes en el sector solidario (Morales, 2009) .

2.3 Política del gobierno sobre la innovación social

Innovación social en el contexto de la Política Nacional, presenta una inherencia desde los diferentes planes de Gobierno, a través de diferentes avances y evoluciones en la construcción del mismo.

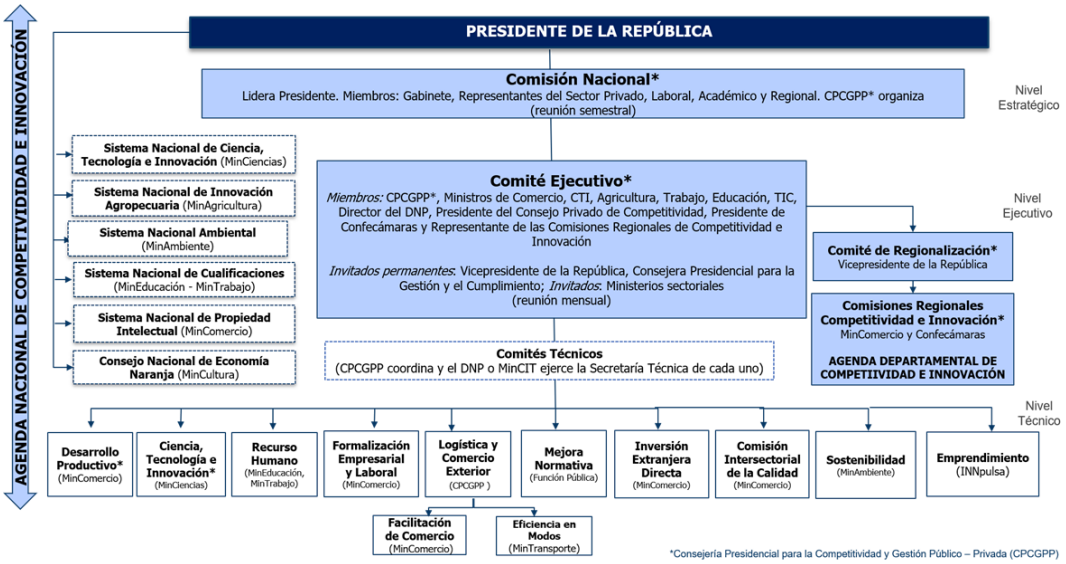
Figura 3. Contexto y promoción de la innovación social en Colombia.

2011	• El Gobierno Nacional trabaja por Departamento para la Prosperidad Social • 15 encuentros en todo el país y cerca de 8.000 ciudadanos de 44 ciudades aportaron ideas de implantación.
2012	• Se logra la creación de la Agencia Nacional para la superación de la pobreza extrema • Creación del Centro de Innovación Social en Colombia
2013	• Convocatorias de Innovación Abierta • Mapeo de Casos de Innovación Social • Se definen las bases conceptuales de la política de innovación con más de 20 entidades. • Se realizaron talleres para la formulación de la Política de Innovación Social en el horizonte 2023
2014	• El Gobierno dispuso los recursos de ocho instituciones para llevar a cabo 40 acciones en la política pública de
2018	• CONPES 3918 del 15 de marzo del 2018, en el que se establecieron algunas estrategias para la implementación de los Objetivos del Desarrollo Sostenible • COLCIENCIAS diseñó una propuesta metodológica de
2020	Según el CONPES 4011. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el apoyo de la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias, desarrollarán e implementará una
2021	Para el 04 de mayo, lanzamiento del Índice Departamental de Innovación para Colombia (IDIC)

Fuente: Elaboración propia, adaptando información de (COLCIENCIAS, 2017), (COLCIENCIAS, s.f.), (Ardila, 2021), (Villa & Melo, 2015) y (CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL, 2020).

En Colombia, se regula el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación (SNCI) como unidad encargada de coordinar y orientar las actividades relacionadas con la formulación, ejecución y seguimiento de las políticas que promuevan la competitividad e innovación del país, actuando en favor de la Agenda Nacional, asimismo, articular el nivel técnico, ejecutivo y estratégico en correspondencia con las líneas de acción y las políticas públicas del Gobierno Colombiano.

Figura 3. Estructura del SNCI.



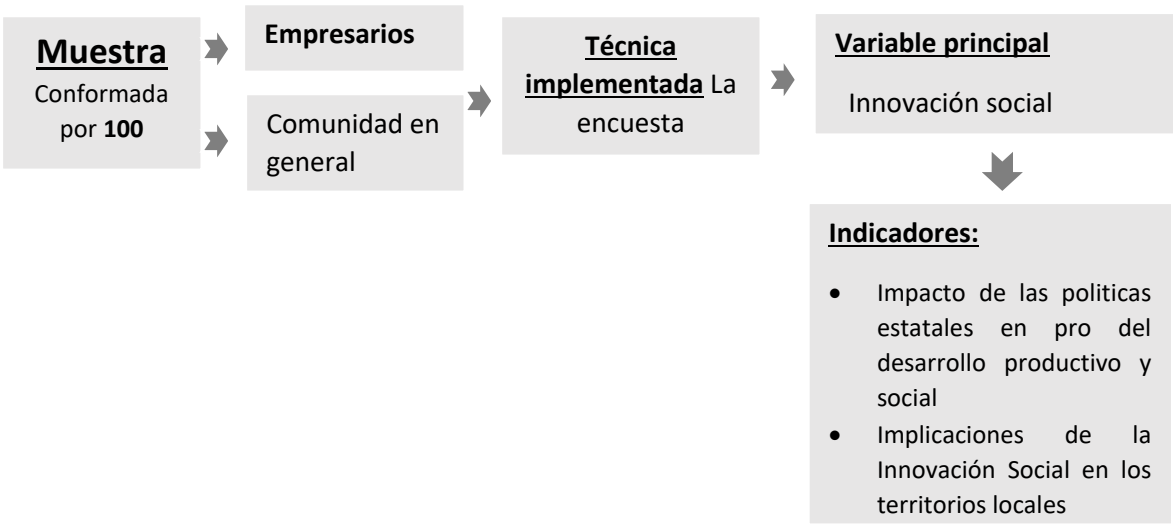
Fuente: (Departamento Nacional de Planeación Colombia, 2021).

Partiendo de la figura y desde la estructura del SNCI, se reconoce el papel de las instancias técnicas en el cumplimiento y desarrollo de los proyectos y programas a favor de la cultura de la innovación social y su impacto en el bienestar de los colombianos.

3. Metodología

Para el desarrollo del ejemplar científico, se aplicó una metodología de tipo descriptiva, partiendo que la función principal de la misma, es la capacidad para seleccionar las características fundamentales de la población objeto de estudio y su descripción detallada frente a la variable de estudio (Bernal, 2010), aplicando un marco muestral total de 200 encuestas, con una equivalencia del 50% a empresarios y 50% de la comunidad general del municipio de Ocaña.

Figura 3. Procedimiento para la recolección de información.



Fuente. Elaboración propia.

En concordancia con la figura 3, se determina dos muestras (Empresarios y comunidad en general), lo anterior, permite reconocer el papel de la innovación social desde distintas perspectivas y contextos, por otra parte, la encuesta aplicada se construye con 8 preguntas cerradas de escala nominal y ordinal. Finalmente, el análisis estadístico se presenta con tablas y gráficas para facilitar la comprensión y valoración de los datos obtenidos.

4. Resultados

Partiendo de la matriz de variables, se construyen los siguientes resultados, relacionando dos secciones: Impacto de las políticas estatales e implicaciones de la innovación social.

Tabla 1. *Impacto de las políticas estatales en pro del desarrollo productivo y social*

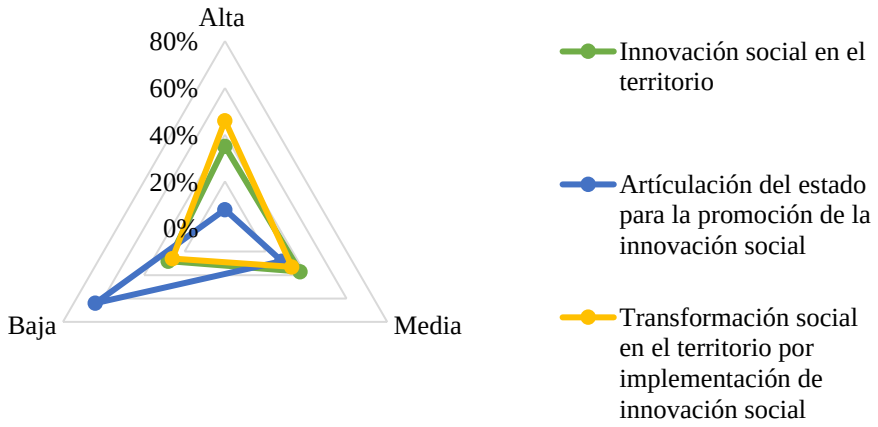
Programas de carácter público	**Impacto del gobierno**	**Impacto positivo y participación en los programas del Gobierno**	
		Empresarios	**Comunidad**
Tecnología e investigación para el desarrollo productivo y social	101,11% Avance cuatrienio del 2021	10%	15%
Desarrollo tecnológico e innovación para crecimiento empresarial	55,93% Avance cuatrienio del 2021	12%	45%
Participación del sector empresarial en el desarrollo de la tecnología e investigación para el desarrollo productivo y social	120% Avance cuatrienio del 2021	25%	52%
Desarrollo y fortalecimiento del sistema y la institucionalidad de la Ciencia, Tecnología e Innovación	40,48% Avance cuatrienio del 2021	12%	30%

Fuente: (Departamento Nacional de Planeación, 2021).

De acuerdo a la información suministrada se reconoce que el Gobierno frente al cumplimiento de las acciones o estrategias definidas en los diferentes programas, logra más del 50% de ejecución de las actividades. Por otra parte, al evaluarse la percepción de la

comunidad frente al impacto de los programas, la población encuestada menciona que no se participa directamente con el gobierno, sin embargo, ellos consideran que el estado a través su gestión ha buscado trabajar de la mano con las comunidades desde la línea de prosperidad social. Finalmente, el sector empresarial (menos del 30%) considera que la incidencia, relevancia y aplicabilidad de los programas en el territorio, es baja.

Figura 5. Implicaciones de la Innovación Social en los territorios locales desde las percepciones de los empresarios.

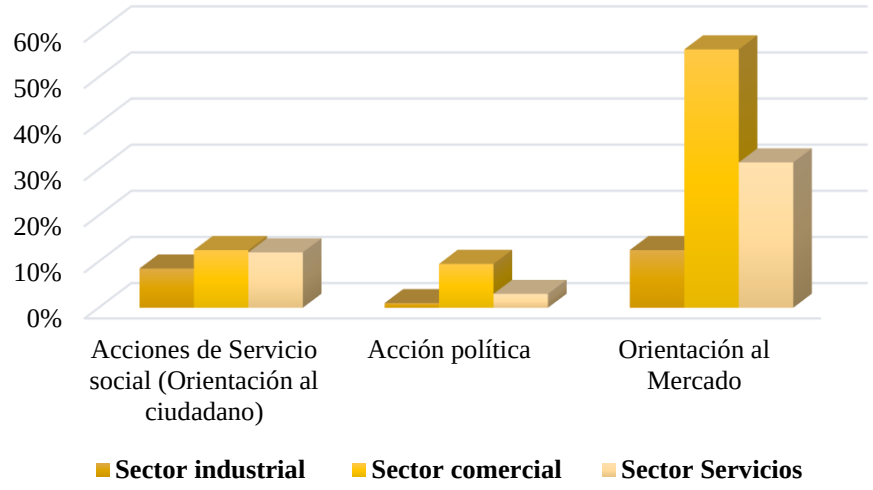


Se deduce que la gestión empresarial en los próximos cinco (5) años, debe suscitar la innovación como una política institucional, direccionada con un estilo democrático-transformacional, que inspire a los colaboradores proponer ideas, reflexionar sobre las necesidades del sistema interno y garantizar la calidad total, siendo lo anterior, esencial para apropiar el termino de innovación como una forma de desarrollo para las organizaciones, teniendo como referencias la proximidad del mercado y el estilo gerencial (Drucker, citado en Hernández, Tirado y Ariza, 2016).

Sin embargo, el sector empresarial, considera desde la escala de medición, muy baja la articulación del sector para la promoción de la innovación social (64%), por otra parte, frente a la innovación social en el territorio considera que la dinámica de la economía

solidaria trasciende y se empodera en localidades afectadas por la violencia y el conflicto armado, lo anterior, asegura pensar y promover actividades sostenibles desde el trabajo social y colectivo. Finalmente, más del 40% considera que la transformación social es evidente gracias al fortalecimiento de la innovación social en los procesos administrativos, operativos y comerciales de las diferentes actividades económicas.

Figura 6. Dimensiones y su apropiación en el sector.



Con base a la información, se observa que los sectores en estudio, logran promover y garantizar desde sus actividades económicas la innovación social orientada al mercado, bajo la acción de servicios, por otra parte, existe en una escala media, frente a las orientaciones del ciudadano, sin embargo, menos del 10% fomentan procesos estratégicos para la orientación y lineamientos de política. En consideración de lo expuesto, existe gran autonomía para promover una relación de fines solidarios con el entorno, asimismo, una cercanía por apoyar a las partes interesadas en procesos que limitan el desarrollo y la calidad de vida de la comunidad, empero, los tres sectores no reconocen la presencia del estado ni una articulación con las políticas en pro de asociar todo tipo de innovación en sus emprendimientos.

Tabla 2. *Dimensiones de la Innovación Social*

Dimensión 1 (1d)	Dimensión 2 (2d)	Dimensión 3 (3d)
Acciones de Servicio social (Orientación al ciudadano)	Acción política	Orientación al Mercado

Nota. Categorización de las dimensiones.

Fuente: (Morales, 2009, p. 156).

Tabla 3. *Coeficiente de Correlación*

Coeficiente de correlación entre d1 & d2	**,7614**
Coeficiente de correlación entre d1 & d3	,8856

Nota. Categorización de las dimensiones.

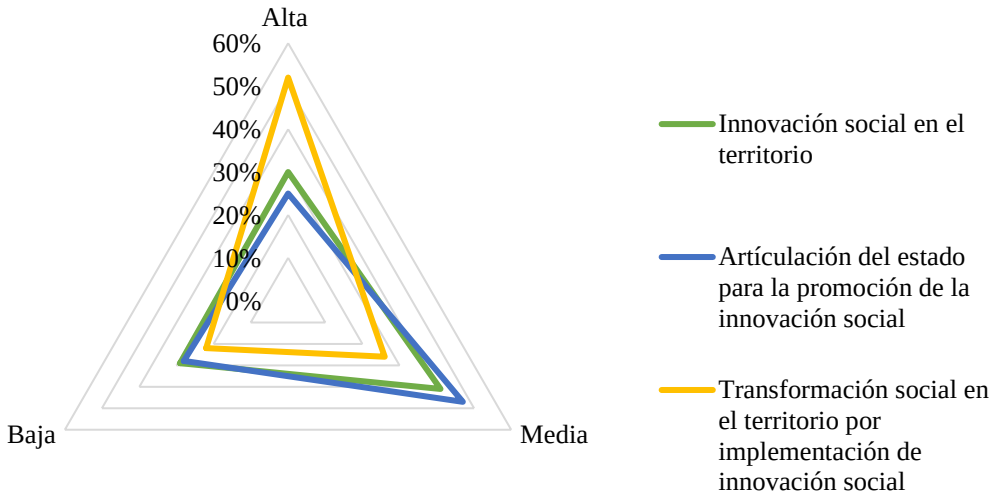
Fuente: (Morales, 2009, p. 156).

Desde la valoración de la dimensión social propuesta Morales (2009), se analiza la corrección de las variables, para ello, se evidencia existe alta correlación entre la dimensión de acción de servicios social, acción política y acción social, desde luego, profundizando el indicador de Pearson entre variables, la dimensión de acción de servicios presenta la mayor correlación (,8856) con la orientación al mercado y mejor relación con las acciones políticas (,7614).

De lo anterior y bajo los fundamentos retóricos, se puede sustentar que la innovación social depende del gran direccionamiento estratégico, sin embargo, en el sector industrial, comercial y de servicios de las economías locales, no se apropia una concepción

clara de la misma, incluso, desconocen el valor que implica para el desarrollo de economías responsables y la vinculación armónica de todos los sectores para avanzar en la economía y transformar territorios.

Figura 6. Implicaciones de la Innovación Social en los territorios locales desde las percepciones de la comunidad en general.



En correlación a los datos obtenidos frente a la implicación de la innovación social, la comunidad se refleja una valoración positiva de la escala, es decir, más del 65% de la población del municipio de Ocaña, manifestó que se logra visualizar la transformación social, asimismo, se identifican diferentes procesos donde el estado se articula con instituciones públicas y privadas para trabajar por los ciudadanos vulnerables y con altas necesidades, finalmente, el fomento de la innovación en pro del ambiente, la población de estratos bajos y demás aspectos culturales.

5. Discusiones

Desde la teoría social, la concepción de la innovación social se centra en las interfaces entre los sectores gobierno, empresas y sociedad, que son distintos y están en gran medida protegidos unos de otros, en sus respectivas lógicas de acción y mecanismos de regulación, y en los problemas asociados y en las limitadas capacidades de resolución de problemas.

Los investigadores (Howaldt, Domanski, & Kaletka, 2016) realizaron una revisión de una cartografía mundial de iniciativas de innovación social, a través del proyecto de investigación global "SI-DRIVE: Social Innovation - Driving Force of Social" y se reconoce que desde la dinámica del proceso, los datos revelan que el 53% de las iniciativas declaran haber llegado a la fase de impacto y otro 36% se encuentra en la fase de implementación, el 6% en la fase de prueba, el 3% en la fase de invención y el 2% en la fase de ideación o inspiración. Lo antes mencionado, implica que en Colombia desde la arista y publica, se presenta un mismo comportamiento, es decir, se avanza paulatinamente frente al desarrollo de la innovación y demás fines de responsabilidad social. En cuanto a la novedad de las innovaciones sociales, casi el 50% de las soluciones han sido desarrolladas originalmente por los socios y el 50% restante ha sido adoptado de otras iniciativas.

(Besançon & Chochoy, 2015) el estudio realizado sobre la innovación social en Picardía, se reconoce que en la dinámica local que ha surgido existe una construcción colectiva y una apropiación activa sobre el concepto, con miras a una aplicación concreta y objetivada en el marco de una política pública, asimismo, se indica que para promover la innovación social es fundamental analizar los siguientes elementos: el contexto (necesidad social, aspiración social, metas, visión a largo plazo); el proceso (colectivo asociado, beneficiarios asociados, anclaje territorial, gobernanza ampliada, hibridación de recursos); resultados; impactos; elementos de difusión y cambio; En resumen (elementos de ruptura,

vías de mejora, expectativas de los líderes del proyecto, comentarios y opiniones del comité de instrucción).

Por otra parte, se coincide con el aporte propuesto por (Jessop, Moulaert, Hulgård, & Hamdouch, 2013) donde se reconoce que la innovación social promueve un "liberalismo asistencial" que privilegia a la empresa social como agente clave del cambio social y a la economía como la principal esfera de la vida social, como movimiento polifacético.

Actualmente, en la innovación frugal está relacionada con la capacidad creativa de hacer más con menos. En un escenario global de escasez de recursos y de competencia basada en la optimización y reducción de costos, ser capaz de desarrollar este tipo de innovación puede ser la solución para muchas necesidades de diferentes comunidades pobres

Para concluir y en consideración de la valoración del problema de estudio y los resultados obtenidos, se requiere que las empresas, el estado y la sociedad, comprendan que la innovación asegura la emancipación social y el desarrollo humano que orienta acciones en pro del bienestar de toda comunidad, es decir, las acciones se focalizan a gestionar procesos que atiendan las necesidades de un territorio. En concordancia, el sector público y privado debe profundizar, analizar y sustentar cuatro lentes que contribuyen a comprender mejor las dinámicas complejas de innovación: (a) dinámica social y transferencia de información, (b) costos y beneficios contextuales, (c) experiencia y aversión al riesgo, y (d) adaptación práctica (Hermans, Whitfield, & Dougill, 2021).

6. Conclusiones

La Innovación Social debe ser apropiada y establecida dentro de las políticas públicas y empresariales con el fin de transformar la sociedad y valorar las sociales de nuestros países, de igual forma, para asegurar la competitividad y el desarrollo de América Latina, se requiere abordar los problemas tan complejos que se visualizan o se identifican a diario en nuestros territorios, maximizando así, la eficacia y la pertinencia del trabajo colaborativo desde la conceptualización y aplicabilidad de la innovación social.

Ahora bien, en la dinámica social, estatal y empresarial, la innovación social requiere ser fundamentada y soportada como un principio que focalice a todas las instituciones públicas y privadas, al desarrollo de estrategias, acciones y prácticas realidades y coherentes con las condiciones actuales de las comunidades y con el cumplimiento de las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En las economías locales, las implicaciones de la Innovación Social son favorables para edificar y lograr cooperación, participación y unión con todas las partes de interés, de hecho, es el tiempo indicado para aunar esfuerzos que permita empoderar niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores, a generar valor solidario, humanitario, incluyente y responsable con lo social, económico, ambiental, tecnológico y económico.

Finalmente, la trazabilidad de los programas, proyectos, actividades y demás planes públicos y privados, que sustentan la creación de valor compartido y de responsabilidad social, requieren de un seguimiento permanente y la construcción de una data de indicadores inteligentes o denominados SMART, que forja acciones hibridas orientadas al ciudadano, al mercado, al ejercicio del gobierno, para obtener resultados novedosos de gran impacto frente a las necesidades sociales y los desafíos que enfrentan los países.

Referencias

Ardila, J. (2021). *Hacia dónde va la innovación social en Colombia.* Obtenido de NOTICIAS UNICERVANTES: https://www.unicervantes.edu.co/innovacion-social-y-gestion-de-proyectos-en-colombia/

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación.* Pearson Educación: Colombia. Recuperado el 2021

Besançon, E., & Chochoy, N. (2015). Marcadores de innovación social: un enfoque institucionalista. *International Social Economy Review*, 80-93. Obtenido de https://www.erudit.org/en/journals/recma/2015-n336-recma01831/1030162ar/

Cloutier, J. (2003). *l'innovation, Qu'est-ce que.* Obtenido de Collection Études Théoriques: http://base.socioeco.org/docs/et0314.pdf

COLCIENCIAS. (2017). *OFERTA COLCIENCIAS: "IDEAS PARA EL CAMBIO".* Obtenido de https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/03-proyecto-oferta-colciencias-ideas-para-el-cambio_0.pdf

COLCIENCIAS. (28 de Julio de s.f.). *Se fortalece proyecto de Innovación Social en Colombia.* Obtenido de https://legadoweb.minciencias.gov.co/noticias/se-fortalece-proyecto-de-innovaci-n-social-en-colombia

CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL. (Diciembre de 2020). *Documento CONPES 4011.* Obtenido de DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4011.pdf

Departamento Nacional de Planeación. (2021). *Indicadores.* Obtenido de https://sinergiapp.dnp.gov.co/#ProgEntidad/73/39/33

Departamento Nacional de Planeación Colombia. (2021). *Sistema Nacional de Competitividad e Innovación (SNCI).* Obtenido de El Decreto 1651 de 2019: https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-

empresarial/Paginas/Sistema%20Nacional%20de%20Competitividad%20e%20Innovaci%C3%B3n%20(SNCI).aspx

Domanski, D., Monge, N., Quitiaquez, G., & Rocha, D. (2016). *Innovación Social en Latinoamerica.* Obtenido de http://umd.uniminuto.edu/documents/1242125/7107898/Innovaci%C3%B3nSocial_Latinoamerica.pdf/18b5de7a-0ae8-4aa0-be18-a3c22d4762e1?version=1.0

Garcia, F. (2012). *Conceptos sobre innovación.* Obtenido de https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf

Hermans, T. D., Whitfield, S., & Dougill, A. J. (2021). Why we should rethink 'adop tion' in agricultural innovation:Empirical insights from Malawi. *Land Degrad Dev*. Obtenido de https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/ldr.3833

Hernández, J., Tirado, P., & Ariza, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 164-199. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/174/17449696006.pdf

Hernández-Ascanio, J., Tirado-Valencia, P., & Ariza-Montes, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 164-199. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/174/17449696006.pdf

Howaldt, J., Domanski, D., & Kaletka, C. (2016). Social innovation: towards a new innovation paradigm. Recuperado el 2021, de https://www.scielo.br/j/ram/a/HMT6HTskCHPdPRVJmchZJLd/?format=pdf&lang=en

Jessop, B., Moulaert, F., Hulgård, L., & Hamdouch, A. (2013). Social innovation research: a new stage in innovation analysis? *MoULAERT PRINT*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Bob-Jessop/publication/305387067_Social_innovation_research_A_new_stage_in_inno

vation_analysis/links/57ea646708aef8bfcc991a97/Social-innovation-research-A-new-stage-in-innovation-analysis.pdf

Morales, A. (2009). *sociales, Innovación social: un ámbito de interés para los servicios.*

Solarte Solarte, C. M., Solarte Solarte, M. L., & Barahona Vinasco, J. F. (2018). Cultura organizacional e innovación en la orientación al mercado Pasto (Colombia). *Contaduría y Administración*, 1-25.

Vega, J. (2017). *Innovación social.* Obtenido de https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/upload_editores/u38/CTS-J.Vega-modulo-7.pdf

Villa, L., & Melo, J. (2015). *Panorama actual de la innovación social en Colombia.* Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo: https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Panorama-actual-de-la-innovaci%C3%B3n-social-en-Colombia.pdf

SALARIO EMOCIONAL
COMO SOPORTE DINAMIZADOR EN LAS EMPRESAS PROMOTORAS DE SALUD EN VALLEDUPAR.

Bielka Valentina Meléndez Torres
bmelendez@unicesar.edu.co

Juan Manuel Molina García
juanmmolina@unicesar.edu.co

Johanis Lineth Payares Simanca
jlpayares@unicesar.edu.co

Martha Lucia Mendoza Castro
marthamendoza@unicesar.edu.co

SALARIO EMOCIONAL COMO SOPORTE DINAMIZADOR EN LAS EMPRESAS PROMOTORAS DE SALUD EN VALLEDUPAR.

Bielka Valentina Meléndez Torres
bmelendez@unicesar.edu.co

Johanis Lineth Payares Simanca
jlpayares@unicesar.edu.co

Juan Manuel Molina García
juanmmolina@unicesar.edu.co

Martha Lucia Mendoza Castro
marthamendoza@unicesar.edu.co.

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar el salario emocional como soporte dinamizador en las empresas promotoras de salud en Valledupar-Cesar. El fundamento teórico se basó en Rodríguez (2014), El Aparicio (2017), Sánchez (2014), entre otros, estos autores define el salario emocional como aquellas retribuciones o estrategias no económicas que pueden emplearse para el mejoramiento del clima organizacional, brindando así un bienestar digno y culto a los colaboradores, es decir, esta técnica aumenta la motivación permitiendo así elevar los niveles de productividad de los colaboradores, generando compromiso con la organización y sentido de pertenencia; implementando el salario emocional como estrategia en cualquier tipo de empresa sin importar su razón social. Para realizar esta investigación se utilizó la siguiente metodología en (5) fases tales como: identificación de (búsqueda de fuentes bibliográficas, criterios de inclusión), selección de estudios, tipo de investigación cuantitativa- descriptiva, diseño de campo no experimental-transeccional y la población objetiva está ubicada en Valledupar-cesar, conformada por 12 clínicas y 2 hospitales del sector salud en lo privado y público. Se tomó como muestra piloto a (5) empresas promotoras de salud ubicadas en el municipio ante mencionado para desarrollar la investigación se aplicó una encuesta con preguntas cerradas. Como resultado se logró la identificar que el municipio de Valledupar cuenta con 12 clínicas en las cuales iniciaron la prestación de los servicios de salud entre los años 1979 y 2019, donde se evidencia que 5 de ellas llevan entre 20 y 40 años ofreciendo la prestación

de servicio de salud en los habitantes del municipio antes mencionado y en la región caribe. Por otra parte, los 2 hospitales de la región llevan prestando este servicio entre 20 y 80 años a los habitantes de este municipio y a sus alrededores.

Palabras claves: salario emocional, salario, colaborador, productividad, estrategia.

Abstract

The objective of this research was to analyze the emotional salary as a dynamic support in the health promoting companies in Valledupar-Cesar. The theoretical foundation was based on Rodríguez (2014), El Aparicio (2017), Sánchez (2014), among others, these authors define the emotional salary as those remunerations or non-economic strategies that can be used to improve the organizational climate, thus providing a dignified well-being and worship of the collaborators, that is, this technique increases motivation, thus allowing to raise the productivity levels of the collaborators, generating commitment to the organization and a sense of belonging; implementing the emotional salary as a strategy in any type of company regardless of its business name. To carry out this research, the following methodology was used in (5) phases such as: identification of (search of bibliographic sources, inclusion criteria), selection of studies, type of quantitative-descriptive research, non-experimental-transectional field design and the target population is located in Valledupar-Cesar, made up of 12 clinics and 2 hospitals in the private and public health sector. (5) health promoting companies located in the aforementioned municipality were taken as a pilot sample to carry out the research, a survey with closed questions was applied. As a result, it was possible to identify that the municipality of Valledupar has 12 clinics in which the provision of health services began between 1979 and 2019, where it is evident that 5 of them have been offering the provision of health services for between 20 and 40 years. health service in the inhabitants of the aforementioned municipality and in the Caribbean region. On the other hand, the 2 hospitals in the region have been providing this service for between 20 and 80 years to the inhabitants of this municipality and its surroundings.

Keywords: emotional salary, salary, collaborator, productivity, strategy.

Introducción

Cuando hablamos de salario es habitual que a todos se nos venga a la cabeza el concepto económico y pensemos únicamente en el dinero que una persona recibe por realizar su trabajo en un determinado lugar. Con las necesidades actuales de las empresas para atraer y retener el talento, surgió hace unos años el concepto de *salario emocional*, que cada vez cuenta con más relevancia y que se refiere a aquellas retribuciones que un trabajador puede conseguir de su empresa sin carácter económico y que están dirigidas a mejorar su bienestar y su calidad de vida. (Group, 2016).

El *salario emocional* es una de las herramientas que puede utilizar la empresa para mejorar la motivación, la implicación y el grado de compromiso de sus empleados; además de ser un elemento de gran ayuda para reducir el absentismo laboral. (Group, 2016).

Actualmente, las empresas están empezando a implementar estrategias de formación a trabajadores, horarios flexibles, espacios de recreación, oportunidades de promoción entre otros aspectos. Todo esto con el fin de fortalecer el salario emocional, generar buen ambiente laboral y mantener a los empleados felices con su trabajo. (Gómez, 2011).

Shawn Achor, autor y orador conocido por su defensa de la psicología positiva, realizó un estudio sobre trabajo y estrés y concluyó que **los empleados felices pueden llegar a ser 31% más productivos**. Él asegura que la felicidad es la que inspira la

productividad y no al revés. Adicionalmente, el estudio" Felicidad y Trabajo" realizado por la consultora mexicana Crecimiento Sustentable, estima que **los trabajadores felices son un 88% más productivos que aquellos con actitud negativa.** Por lo tanto, estas personas son más eficientes y productivas ya que tienen más energía y entusiasmo para realizar sus tareas. (Gómez, 2011).

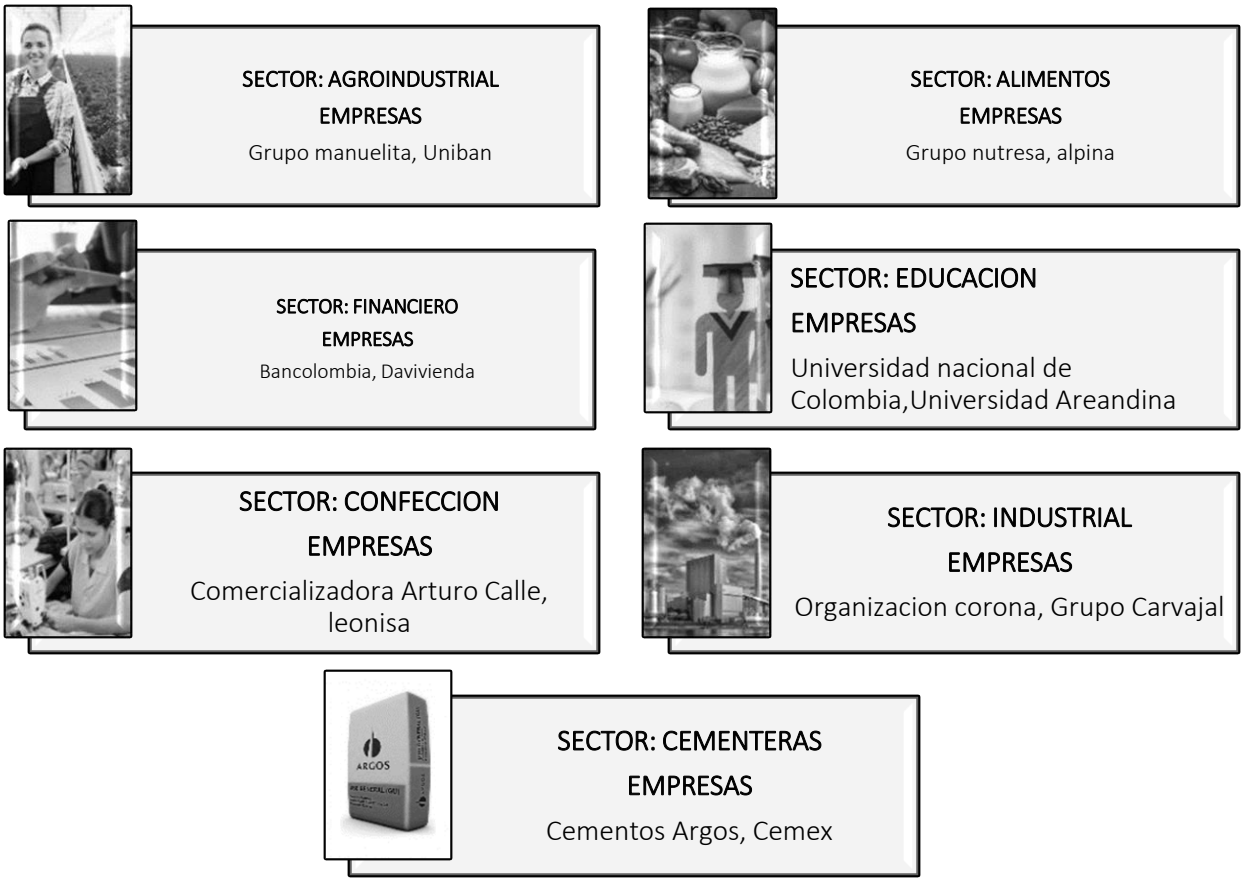
En Colombia, las tendencias organizacionales están propendiendo por un modelo que incorpore prestaciones relacionadas con el salario emocional. De acuerdo con un estudio realizado por Mercer Marsh para 116 compañías en 2014, demuestra que los beneficios que ofrecen las empresas incluyen horarios flexibles (50,9% de la muestra), teletrabajo ocasional (35,3%), salida temprano los viernes (30,2%), jornada laboral reducida (26,7%), días adicionales de vacaciones (25,9%), días al año para temas personales (24,2%) y, en menor medida, teletrabajo permanente (7,8%). (Fedesarrollo, 2017).

La flexibilidad laboral se rige por la Ley 789 de 2002, según la cual el empleador y el trabajador podrán acordar que la jornada semanal de cuarenta y ocho horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo de seis días a la semana con un día de descanso obligatorio. El número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana, y podrá ser de mínimo cuatro horas continuas y hasta diez horas diarias sin lugar a ningún recargo por trabajo suplementario. (Fedesarrollo, 2017).

Adicionalmente, de acuerdo con una encuesta realizada por el Ministerio TIC y el Ministerio del Trabajo a más de 1.740 empresas colombianas en diferentes ciudades el número de teletrabajadores se triplicó en Colombia entre 2012 a 2016. De igual manera, el número de empresas que implementan este tipo de modalidad de trabajo se incrementó en 146%. Por ciudades, las que presentaron el mayor crecimiento en el número de

teletrabajadores para el mismo periodo fueron Bogotá (138%), Medellín (780%) y Cali (90%). La misma encuesta señala que las empresas reportaron impactos positivos en la productividad y la eficiencia de los recursos con esta modalidad. (Fedesarrollo, 2017).

Grafica Nº 1: implementación de salario emocional en empresas colombianas por sectores



Fuente: Merco TALENTO (2018), adoptado por Payares, Meléndez y Molina (2021).

En Valledupar la fundación universitaria de Arandina es reconocida por primera vez como uno de los mejores lugares para trabajar para las mujeres en 2021 en la categoría de más de 1.500 colaboradores, ocupando la posición número 2 del ranking. El evento realizado por Great Place to Work de manera virtual, certificó las mejores prácticas de las

organizaciones que brindan espacios y oportunidades transformadoras que fomentan el empoderamiento y liderazgo femeninos. De igual manera el gimnasio del norte es otra de las empresas de la región que es reconocida por propiciar un lugar de trabajo optimo y colaboradores felices comprometidos con su labor. De igual manera es indispensable conocer cómo implementar **el salario emocional siendo soporte dinamizador en las empresas promotora de salud en Valledupar- Cesar.**

Marco Teórico

Salario emocional

Según Rodríguez (2014) define el salario emocional como un término asociado a la retribución de una persona en la que incluye, fundamentalmente cuestiones de carácter no económico cuyo objetivo es satisfacer sus necesidades personales, familiares y profesionales, al tiempo que mejoramos su calidad de vida, por ejemplo, facilitando la conciliación de la vida laboral con la familiar. El salario emocional tiene que ver con la calidad de vida más que con el balance de la cuenta bancaria o aspectos crematísticos.

Cultura organizacional

Chiavenato (2002) es un proceso planificado de modificaciones culturales y estructurales, que visualiza la institucionalización de una serie de tecnologías sociales, de tal manera que la organización quede habilitada para diagnosticar, planificar e implementar esas modificaciones con asistencia de un consultor. Es un esfuerzo educacional muy complejo, destinado a cambiar las actitudes, valores, los comportamientos y la estructura de la organización, de modo que ésta pueda adaptarse mejor a las nuevas conjunturas, mercados, tecnologías, problemas y desafíos que surgen constantemente".

Clima organizacional

Para Chiavenato (2009), el clima organizacional se refiere al ambiente existente entre los miembros de la organización. Está estrechamente ligado al grado de motivación de los empleados e indica de manera específica las propiedades motivacionales del ambiente organizacional. Por consiguiente, es favorable cuando proporciona la satisfacción de las necesidades personales y la elevación moral de los miembros, y desfavorable cuando no se logra satisfacer esas necesidades.

Balance de vida

(Parada, Soto y González 2016) El balance vida – trabajo es un concepto que ha venido tomando fuerza para las organizaciones y se ha vuelto foco de investigación importante para estas, esto debido a que tiene repercusiones consideradas como relevantes en la productividad, satisfacción, competitividad y compromiso de los colaboradores en el ámbito laboral, obteniendo como resultado un buen desempeño en los puestos de trabajo. Algunos de los factores que han incidido en la delegación del tiempo que los individuos dedican a sus responsabilidades familiares y a sus exigencias laborales son, como lo nombramos en un inicio, los cambios que han venido dándose alrededor del mundo en los últimos años, tales como "la competencia global, el consumismo, los rápidos avances de la tecnología y los cambios en las familias como institución".

factores del salario emocional

Temple (2007). "El salario emocional implica dar la oportunidad para que las personas de todo nivel se sientan inspiradas, escuchadas, consideradas y valoradas como parte de equipos; de los cuales se sienten orgullosos de pertenecer, de crecer, desarrollarse y ser cada vez más emplearles"

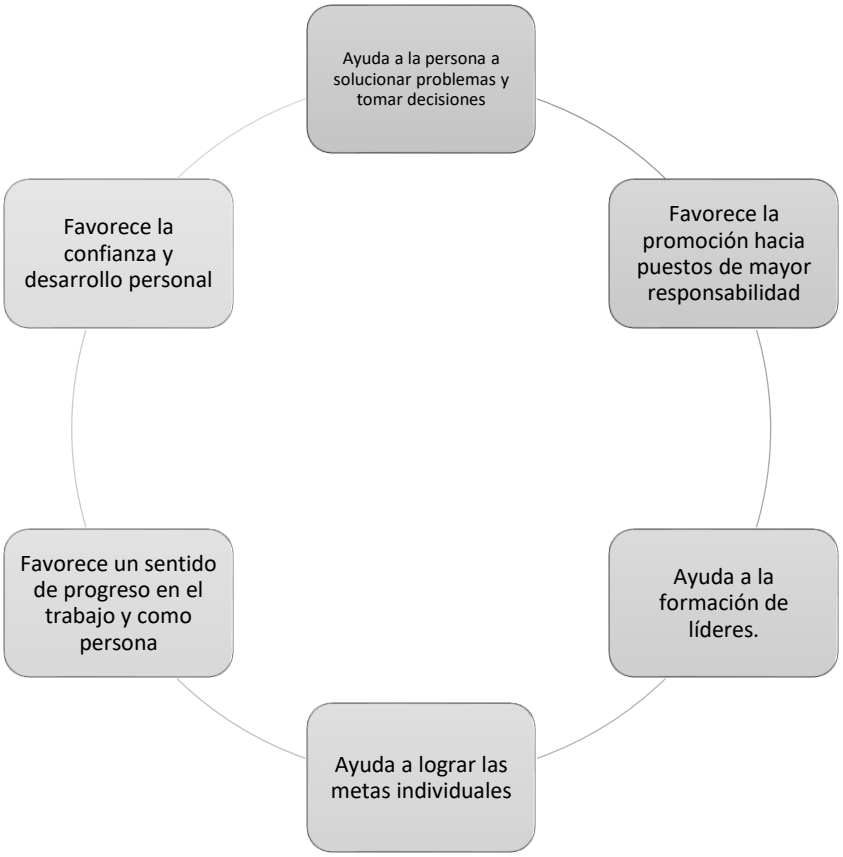
García (2012) "Cada vez son más las empresas que buscan invertir en estrategias de motivación y sentido de pertenencia entre sus empleados, proyectando al exterior como entorno laboral bueno para trabajar, el mejor clima laboral y con trabajadores profesionales".

Capacitaciones del personal

Chiavenato (2007) "la capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. En su libro hace mención que según el Nacional Industrial Conference Board de Estados

Unidos, la finalidad de la capacitación es ayudar a los empleados de todos los niveles a alcanzar los objetivos de la empresa, al proporcionarles la posibilidad de adquirir el conocimiento, la práctica y la conducta requerida por la organización".

Grafica N.º 2: beneficios de la capacitación en los empleados.



Fuente: Rivera (2016). Adoptado por Meléndez, Molina y Payares (2021).

Gráfico Nº 3: beneficios de la capacitación en las empresas

Fuente: Rivera (2016). Adoptado por Meléndez, Molina y Payares (2021).

Beneficios personales y familiares

Debeljuh (2017). "Las empresas se benefician cuando sus trabajadores logran desarrollarse profesionalmente de la mano de la dedicación a su familia. Equilibrar la vida laboral y la familiar es un ideal que los trabajadores anhelan desde hace varias décadas. implementar beneficios como prestaciones, guarderías, curso de idiomas, bonos de comida, bonos de transporte entre otros permiten fortalecer y mantener en los colaboradores un equilibrio entre la vida personal y familiar.

oportunidades de ascenso y promoción

García (2012). “Para los trabajadores es importante poder alcanzar metas y expectativas dentro de la empresa, que exista un plan de carrera que les permita crecer personal y profesionalmente en las empresas. Las oportunidades de ascenso y promoción son estrategias para que los empleados logren alcanza, aprender y adquirir nuevas experiencias laborales”.

Beneficios del salario emocional

Muñoz (2013) “Las empresas interesadas en la aplicación de una política retributiva con salarios emocionales deben pensar que no es cómodo y necesariamente barato aplicarla ya que son una serie de beneficios que ayudan a incrementar el nivel de productividad y competitividad de la empresa. Básicamente se traducen, en una palabra: “motivación””

Mayor productividad

Camargo (2019). La productividad se puede considerar como una medida global de la forma como las organizaciones satisfacen los siguientes criterios: Objetivos: Medida en que se alcanzan. Eficiencia: Grado de eficacia con que se utilizan los recursos para crear un producto útil. Eficacia: Resultado logrado en comparación con el resultado posible. Comparabilidad: Forma de registro del desempeño de la productividad a lo largo del tiempo.

Índices de rotación menos elevados

Castillo (2006). El índice de rotación está determinado por el número de trabajadores que se vinculan y salen en relación con la cantidad total promedio de personal en la organización, en un período de tiempo. Por ello ubican a la rotación del personal como

una de las causas más significativas de la disminución de la productividad y del decaimiento de la moral tanto en el sector público como en el privado y explican que, al ser aquellos empleados con más talento los que tienen mayor probabilidad de salir, la empresa que los logre retener estará generando una ventaja competitiva sobre sus competidores.

Menor nivel de absentismo

La Organización Internacional del Trabajo (Tito, 2013), el absentismo se define como "la no asistencia al trabajo por parte de un empleado que se pensaba iba a asistir" (p. 84). Además, existen diferentes formas de clasificar el absentismo. Una aproximación a la tipología de las ausencias debe tener en cuenta, como criterios básicos, si éstas responden a unos trastornos de salud y si están o no remuneradas (Tito, 2013).

Metodología

Etapa 1: identificación

Búsqueda de fuentes bibliográficas. La selección de estudios se basó en una revisión de la literatura siguiendo las directrices de Prisma (Urrútia & Bonfill, 2010). La revisión se ejecutó utilizando investigaciones de datos Fedesarrollo, ministerios de la TIC y ministerio de Trabajo. La cadena de palabras claves utilizadas fueron "Salario Emocional", “salario”, “colaborador”, “estrategia” y “productividad”. Además, se acudió a estadísticas relacionadas con el tema.

Criterios de inclusión. Se incluyeron publicaciones de 2001 a 2020 provenientes de fuentes académicas de revisión por pares. Todos los documentos debían contener en el título el término "Salario emocional y en algunos campos “promotoras de salud”.

Etapa 2: Selección de estudios. Se examinó el texto completo de cada artículo y documentos que estaban relacionados con salario emocional como soporte dinamizador en las empresas promotoras de salud. De igual manera, para cada artículo seleccionado, resumimos la siguiente información: ley 789 de 2002 de flexibilidad laboral, factores, elementos y beneficios del salario emocional.

El Mapeo de Actores: El Mapeo de Actores se realizó con base en dos fuentes: (i) en las encuestas llevadas a cabo en las clínicas y hospitales de Valledupar-cesar, como parte del diagnóstico preliminar; y (ii) consulta en la base de datos de la Cámara de Comercio de Valledupar realizada 02 de octubre de 2021.

En el desarrollo de toda la investigación se realizó según Rodríguez J (2014), Aparicio, S (2017) y Sánchez, M (2014); aplicando el paradigma cuantitativo que define la variable, de la misma manera, este estudio es descriptivo porque utiliza criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura de los fenómenos en estudio, además ayuda a establecer comportamientos concretos mediante el manejo de técnicas específicas de recolección de información, así mismo comprende el análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos.

De igual manera es un diseño de campo no experimental transeccional, por cuanto no se realiza manipulación intencional de la variable salario emocional, ya que las mismas serán medidas y analizadas en sus condiciones naturales, en una sola oportunidad buscando obtener información necesaria para el logro de los objetivos planteados empleando técnicas apropiadas para este estudio.

La población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación sobre el cual se pretende generalizar los resultados". De la misma manera, la población que se tomó fueron 12 clínicas y 2 hospitales de Valledupar que prestan el servicio de salud, basados en Tamayo (2012). De igual manera, se tomó una muestra piloto que es parte de la metodología de investigación que sirve para realizar aproximaciones reales de los proyectos de investigación antes de establecer la prueba final.

Tabla N° 1: caracterización de la población (empresas promotoras de salud en Valledupar-cesar).

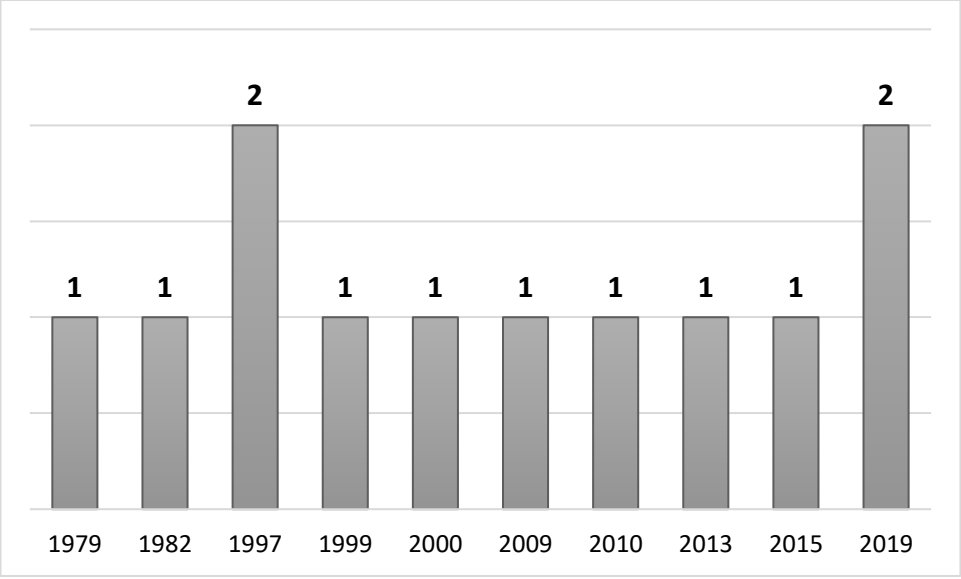
Sector Salud	Cantidad
Clínicas	12
Hospitales	2
Total	14

Fuente: cámara de comercio, adoptada por Meléndez, Molina y Payares (2021).

Resultados

Se analizaron los resultados de la investigación iniciando de acuerdo con el mapeo de autores con relación a las bases de datos de Cámara de comercio, de las cuales se pudo evidenciar:

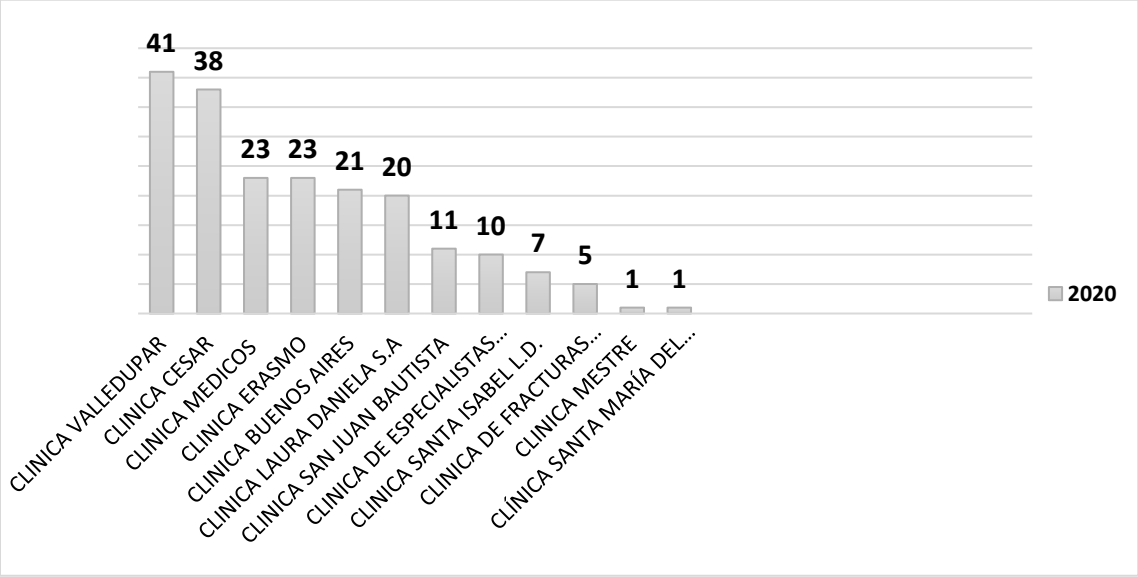
Gráfico Nº 4: identificación de número clínicas con el año de iniciación en Valledupar-cesar.



Fuente: Cámara de comercio, adoptado por Payares, Meléndez y Molina (2021)

El grafico 4, muestra que la investigación realizada de salario emocional en las empresas de salud se identificó el numero las clínicas con sus respectivos años en la que inicia en la prestación de servicios de salud, en este se identifica 12 clínica en Valledupar-cesar, en la cuales fueron creadas entre los años 1979 y 2019; así mismo 2 fueron creadas en el año 1997 y 2 en el año 2019.

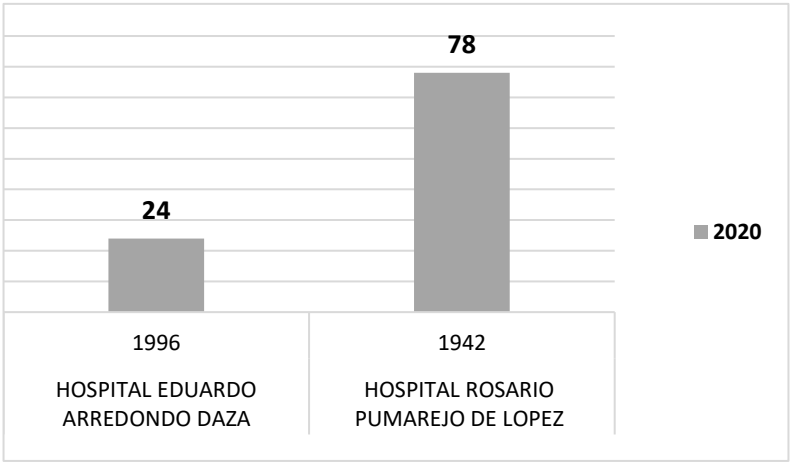
Gráfico N 5: Crecimiento del sector salud en los privados de Valledupar 1979-2019.



Fuente: Tomados de la base de datos de la cámara de comercio, adoptado por Meléndez, Molina y Payares (2021).

El grafico 5, representa a las 12 clínicas vigentes en Valledupar, además muestra cuantos años llevan prestando el servicio de salud en la región, lo cual indica que aplican un salario emocional optimo y evidenciando que 5 de ellas llevan prestando el servicio de salud entre 20 a 40 años a los habitantes del municipio de Valledupar y a la región caribe.

Gráfico Nº 6: Identificación y crecimiento del sector salud público de Valledupar.



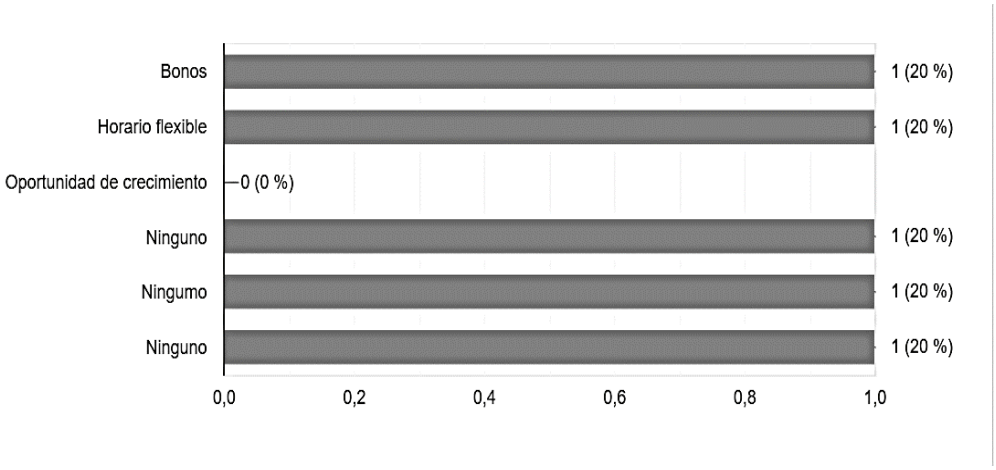
Fuente: secretaria de salud, adoptado por Meléndez, Molina y Payares (2021).

En el grafico 6, los 2 hospitales vigentes en Valledupar, además muestra cuantos años.

llevan prestando el servicio de salud en la región, lo cual indica que aplican un salario emocional optimo y evidenciando llevan prestando el servicio de salud entre 20 y 80 años a los habitantes del municipio de Valledupar y a la región caribe.

De la misma manera se analizaron los resultados de la investigación iniciando de acuerdo con el mapeo de autores con relación a la encuesta realizadas a clínicas y hospitales del municipio de Valledupar, de las cuales se pudo evidenciar:

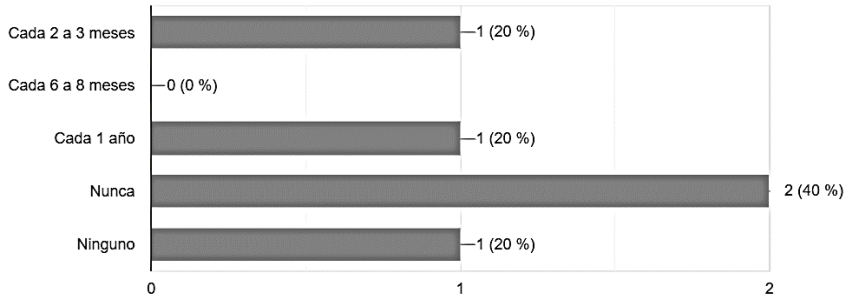
Gráfico N.º 7: ¿Qué tipos de beneficios obtienen en la empresa donde laboran?



Fuente: Meléndez, Molina y Payares

Se pudo evidenciar que el 40% de los colaboradores recibe por parte de su empresa bonos y cuentan con horarios flexibles de trabajo, además cabe mencionar que un 60% de ellos no reciben ninguna clase de benéficos en sus empresas, lo cual genera una consecuencia a tener colaboradores desmotivados y cero comprometidos con los objetivos de la empresa.

Gráfico Nº 8: ¿Cada cuánto promueven los planes de capacitación al personal?

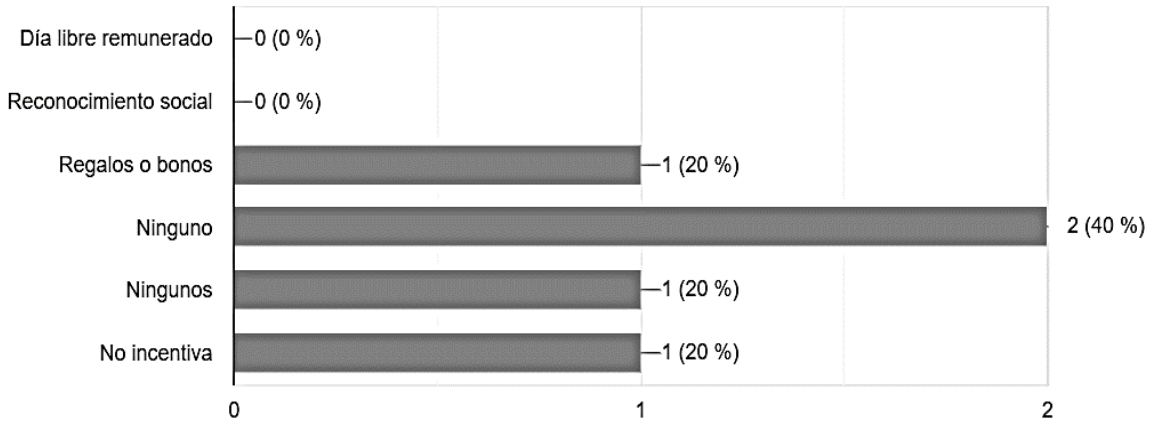


Fuente: Meléndez, Molina y Payares

En este grafico se puede distinguir que solo el 20% de las personas encuestadas realizan capacitaciones cada 2 a 3 meses, otro 20% solo las realiza cada año y entre 20% y 40% menciona que no realizan ningún tipo de capacitación por parte de su empresa, lo cual

es una debilidad para crecimiento personal y profesional tanto para sus colaboradores, como para el crecimiento de la empresa.

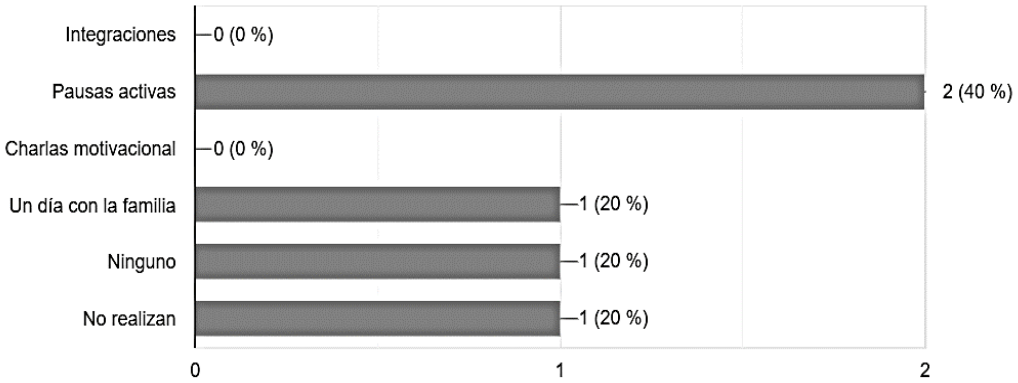
Gráfico Nº 9: ¿Cómo incentivan a los colaboradores por el buen desempeño en su labor?



Fuente: Meléndez, Molina y Payares

En el grafico 9, se observa las repuesta obtenidas por parte de las personas encuestadas, que solo un 20% de los encuestados recibe bonos y regalos como incentivos por el buen desempeño de labor y entre 20% y 40% de los encuestados no reciben ni los incentivan con ningunas estrategias que reconozcan o enaltecer su buen desempeño.

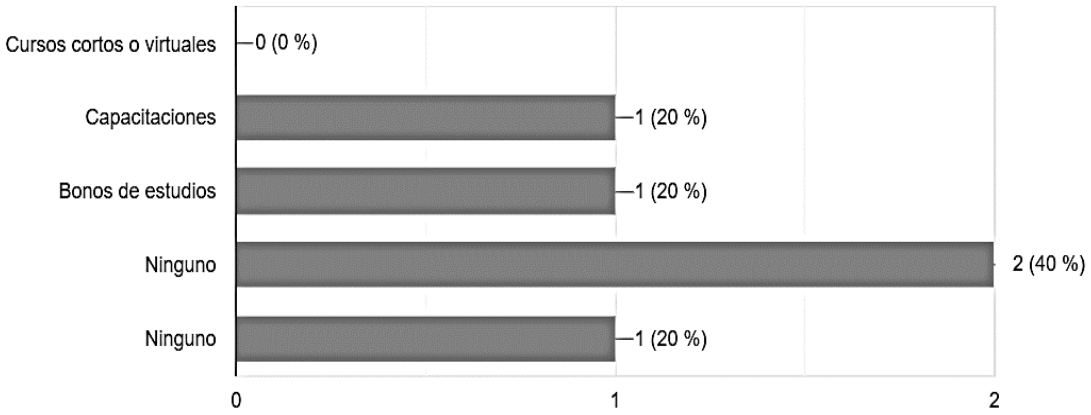
Gráfico Nº 10: ¿Qué actividades realizan para fortalecer las relaciones interpersonales y mejorar el clima organizacional?



Fuente: Meléndez, Molina y Payares

Dentro de los resultados obtenidos en la encuesta ante la pregunta " qué actividades realizan para fortalecer las relaciones interpersonales y mejorar el clima organizacional" obtuvimos como resultados que la principal ocasión aprovechada por el personal de la empresa para relacionarse y fortalecer las relaciones interpersonales es el momento en que se llevan a cabo las pausas activas siendo la respuesta escogida por el 40% de la población encuestada el otro 60% de las personas encuestadas se divide entre los que consideran que el mejor espacio para el fortalecimiento de estas relaciones es un día con la familia y otros manifiestan o que no se realiza o que no hay ningún espacio adecuado para dicho propósito además podemos encontrar entre el resultado que no se hace ningún tipo de charlas motivacionales o integraciones dejando expuesto que la empresa no brinda a su personal la posibilidad de fortalecer las relaciones entre ellos

Gráfico Nº 11: ¿Qué planes ofrecen para el crecimiento profesional de los colaboradores?



Fuente: Meléndez, Molina y Payares

El grafico 11, muestra la respuesta de las personas encuestas sobre las posibilidades que brinda la empresa, para su crecimiento profesional a sus colaboradores se destaca que la organización no ofrece ningún tipo de educación, como cursos cortos o virtuales que les

permitan su desarrollo personal y profesional. Otro porcentaje de la población ve en las capacitaciones y bonos de estudio una forma de crecimiento profesional y la mayor parte de los encuestados respondió que la empresa no les brinda la opción de crecimiento profesional para el mejoramiento y desarrollo de sus capacidades dentro de la organización o empresas, así como en las áreas en que se desempeñas.

Conclusiones

Una vez realizado el análisis y discusión de los datos obtenidos del análisis bibliográfico, el mapeo de actores y la muestra estudiada, a los empleados de las clínicas y hospitales, se llega a las siguientes conclusiones:

En las empresas promotoras de salud como hospitales y clínicas se puede ultimar el análisis del salario emocional como soporte dinamizador en las empresas antes mencionadas de Valledupar Cesar, en la cual se debe optimar un fortalecimiento en los diferentes aspectos que abarca el salario emocional para así garantizar el buen funcionamiento de los colaboradores.

En lo cual en relación al objetivo específico 1: se pudo identificar los elementos del salario emocional aplicados en las empresas promotoras de salud en Valledupar Cesar, tales como cultura organizacional, balance de vida y clima organizacional, sus resultados reflejan que esta táctica se aplica de manera reservada, por lo tanto, se considera que el salario emocional es una estrategia que puede traer muchos cambios ya sea a nivel personal o social en las organizaciones.

Del mismo modo, se evidencio en el objetivo específico 2: al exponer los factores del salario emocional de las empresas promotoras de salud Valledupar Cesar, los cuales son

la capacitación del personal, los beneficios personales y familiares de igual forma que las oportunidades de ascenso y promocional, nos indica que la técnica está presente de una forma moderada esto quiere decir que el salario emocional brinda múltiples incentivos para aumentar la motivación, mejorar las relaciones familiares y el clima organizacional.

Seguidamente se concluyó en el objetivo específico 3: al describir los beneficios que genera la implementación del salario emocional de las empresas promotoras de salud en Valledupar Cesar. Son los siguientes mayor productividad, índices de rotación menos elevados y menor de nivel de absentismo se puede inferir que dichos efectos se presentan de forma limitado lo cual esta habilidad contrae muchos beneficios tanto como para las organizaciones como para los colaboradores con la finalidad de cumplir con todos los objetivos propuestos.

Referencias

Alviar, J (2001). *Escatología balance y perspectiva*. Ediciones cristiandad. Madrid España.

Aparicio, S (2017). *Trabaja Inteligentemente*. Metas edición. España.

Bavaresco, A (2013). *Procesos metodológicos en la investigación*. Venezuela

Cámara de comercio (2020). Valledupar

Chiavenato, I (2007). *Administración de recursos humanos*. Octava edición, editorial Mc-Gran-Hill Internacional.

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. Mc graw hill.

Debeljuh P, Paladino M y Delbosco P (2019). *Integridad un liderazgo diferente*. Ediciones LID. Argentina.

Eguiliz (2007). *Dinámica de la familia: un enfoque psicológico sistémico.* Ediciones pax México. México.

Gámez R (2007) comunicación *y cultura organizacional en empresas chinas y japonesas.* Ediciones eumed net. México.

Gómez, C (2011). *El salario emocional*. Bogotá-Colombia

Group, G (2016). *¿Qué es el salario* emocional*? ¿por qué es cada vez más importante?* España

Lirola M, Carrasco M y Espinosa J, Paterna A (2019). *Investigaciones sobre el impacto de la imagen corporal*. Editorial universidad de Almería. España.

merco TALENTO. (2018). *Obtenido de* *http://www.merco.info/co/ranking-merco-talento?edicion=2018*

Mora, E., Soto, A., Muñoz, V., Sánchez, R., Carreras, S., Pérez, E., y Landeros, E. (2017). *Características de la prueba piloto: revisión de artículos publicados en enfermería.*

Palella, S. y Martins, F. (2008). *Metodología de la Investigación Cuantitativa* (2ª Edición). Caracas: FEDUPEL.

Rivera, J (2016). *La capacitación como herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados.* Sonora, México

Rodríguez (2020). *Metodología de la investigación cualitativa*. Ediciones Aljibe. Granada España.

Rodríguez J (2014). *Códigos Comunicativos y Docencia*. Visión libros. España.

Sánchez, M (2014). *Comunicación Efectiva y Trabajo en Equipo*. Editorial CEP. España.

Seligman M (2017). *La auténtica felicidad*. Ediciones B, S. A. Barcelona España

Silíceo A (2006). *Capacitación y desarrollo del personal*. ediciones limusa. México.

Tamayo, M. (2006). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa cuarta edición.

Tamayo, M. (2012). El Proceso de la Investigación Científica. México: Limusa, p. 180.

Terán Ruelas, J. L. (2017). *Trabajo de investigación: salario emocional y su relación con el rendimiento laboral.*

RESILIENCIA
DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID-19

ISBN: 978-958-53117-7-0

DEPOSITO DIGITAL: 014168

EDITORIAL UNICESAR

EDITORIAL CENTRO DE INVESTIGACIONES Y CAPACITACIONES INTERDISCIPLINARES SAS - CICI